

VISITAMUNDO: Diseño y desarrollo de una aplicación web para viajeros

Máster en Aplicaciones Multimedia
Memoria del trabajo final de máster
Itinerario profesional

Autora: Cristina Pallás Bruned

Profesor: Sergio Schvarstein Liuboschetz

Enero de 2015

Licencia



Esta obra de Cristina Pallás Bruned está sujeta a una licencia de Reconocimiento – NoComercial - SinObraDerivada [3.0 España de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

Abstract

Creating a web application of a social network called visitamundo for people who like to travel where they can find inspiration on places with pictures, information from other countries with user experiences or their opinions.

This web application has a responsive and an adaptable design to any screen size, so users can connect to different devices like computers, phones or tablets.

Once the user is registered, he can create, find and evaluate experiences of other users, participate in groups to organize trips, outings or activities, share their own stories of travel and meet new people who can add as friends so they can communicate more quickly through private messages.

The web application has a section to help users to get inspired. It has to do with the use of other social network called Instagram from which through its API provides images of other users with whom you may contact them. It also has a blog where there will be published weekly articles of interest to travellers.

Resumen

Creación de una aplicación web llamada visitamundo para gente que le gusta viajar dónde puedan encontrar inspiración sobre lugares con imágenes, información de otros países con las experiencias de los usuarios o sus opiniones.

Esta aplicación web cuenta con un diseño *responsive* o adaptable a cualquier tamaño de pantalla, de esta manera los usuarios se podrán conectar con diferentes dispositivos, ya sean ordenadores de sobremesa, móviles o tabletas.

Una vez el usuario se ha registrado puede crear, encontrar y valorar experiencias de otros usuarios, participar en grupos para organizar viajes, salidas o actividades, compartir sus propias anécdotas de viaje y conocer gente nueva a la que podrá añadir como amigos para así tener más contacto y poder comunicarse con mayor rapidez mediante mensajes privados.

La aplicación web dispone de un apartado para ayudar a los usuarios a inspirarse. Cuenta para ello con el uso de otra red social llamada Instagram de la que mediante su API aporta imágenes de otros usuarios con los que el usuario podrá contactar.

También dispone de un blog donde semanalmente se irán publicando artículos de interés para viajeros.

Palabras clave

Aplicación web, viajeros, visita mundo, red social, experiencias, blog.

Índice

1	Introducción	8
1.1	Resumen del trabajo final de máster	8
1.2	Justificación y motivación	9
1.3	Alcance del proyecto	10
1.4	Metodología y proceso de trabajo	10
2	Objetivos	11
2.1	Objetivo principal	11
2.2	Objetivos secundarios	11
3	Estado del arte	12
3.1	Sub-ámbitos dentro del ámbito del TFM	12
3.2	Problemas y riesgos	12
3.2.1	Riesgos al desarrollar la aplicación:	12
3.3	Análisis de la competencia	13
3.4	Hardware relacionado	15
3.5	Audiencia	16
3.5.1	Menos de 18 años	16
3.5.2	De 18 a 39 años	17
3.5.3	De 40 a 60 años	17
3.5.4	Más de 60 años	18
4	Planificación del TFM	19
5	Presupuesto	21
6	Diseño	22
6.1	Diseño para la diversidad	22
6.1.1	Conclusiones del diseño para la diversidad	25
6.2	Búsqueda de diferentes propuestas	26
6.3	Creación de diferentes esbozos	26
6.4	Creación y elección de un logotipo	28
6.5	Definición del diseño final	30
6.5.1	Página de inicio	30
6.5.2	Experiencias	32
6.5.3	Mapa	33
6.5.4	Inspírate	34
6.5.5	Grupos	36
6.5.6	Blog	39
6.6	Diseño final para tabletas	41
6.7	Diseño final para dispositivos móviles	41
6.8	Definición de la navegación	42
6.9	Elección de la paleta de colores	43
7	Implementación	44
7.1	Wordpress como base de la web	44
7.2	Elección de la plantilla de Wordpress	45

7.3	API's utilizadas	46
7.3.1	API de Instagram	46
7.3.2	API de Google Maps	48
7.3.3	API de Open Weather Map	48
7.4	Plugins utilizados.....	49
7.4.1	Buddypress	49
7.4.2	CP Google Maps	50
7.4.3	Google XML Sitemaps.....	50
7.4.4	Jetpack por WordPress.com	51
7.4.5	Rating-Widget: Star Rating System	51
7.4.6	Shortcodes Ultimate	52
7.5	Estadísticas y publicidad.....	52
7.5.1	Google Analytics	52
7.5.2	Publicidad.....	53
8	Conclusiones	54
9	Futuras mejoras	55
	Bibliografía y recursos en línea	56

Índice de imágenes

IMAGEN 1 - PÁGINA INICIAL DE TRIPADVISOR.....	13
IMAGEN 2 - PÁGINA INICIAL DE BOOKING	14
IMAGEN 3 - PÁGINA INICIAL DE TRIPOSO.	14
IMAGEN 4 - PLANIFICACIÓN EN UN DIAGRAMA DE GANTT.	20
IMAGEN 5 – SISTEMAS OPERATIVOS UTILIZADOS DESDE ORDENADORES.....	22
IMAGEN 6 – SISTEMAS OPERATIVOS UTILIZADOS DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES	22
IMAGEN 7 – SISTEMAS OPERATIVOS UTILIZADOS DESDE TABLETAS.....	23
IMAGEN 8 - NAVEGADORES UTILIZADOS DESDE ORDENADORES.....	23
IMAGEN 9 - NAVEGADORES UTILIZADOS DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES	23
IMAGEN 10 - NAVEGADORES UTILIZADOS DESDE TABLETAS	24
IMAGEN 11 – RESOLUCIONES DE PANTALLA DESDE ORDENADORES.....	24
IMAGEN 12 - RESOLUCIONES DE PANTALLA DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES	25
IMAGEN 13 - RESOLUCIONES DE PANTALLA DESDE TABLETAS.....	25
IMAGEN 14 – ESBOZO DE LA PÁGINA INICIAL.....	26
IMAGEN 15 - ESBOZO PARA EL APARTADO DE LA RED SOCIAL	27
IMAGEN 16 – ESBOZO DEL APARTADO DE INSPIRA.....	28
IMAGEN 17 – DISEÑO DE DIFERENTES LOGOTIPOS.....	28
IMAGEN 18 - LOGOTIPO ELEGIDO.....	29
IMAGEN 19 - LOGOTIPO EN BLANCO Y NEGRO PARA FONDO OSCURO	29
IMAGEN 20 - LOGOTIPO PARA PODER LEER MEJOR EL TEXTO.....	29
IMAGEN 21 - PÁGINA INICIAL DE VISITAMUNDO.....	30
IMAGEN 22 - PÁGINA QUE MUESTRA EL LISTADO DE EXPERIENCIAS DE LOS USUARIOS.....	32
IMAGEN 23 - PÁGINA QUE MUESTRA EN DETALLE UNA EXPERIENCIA.....	33
IMAGEN 24 - PÁGINA QUE MUESTRA EL MAPA CON LAS EXPERIENCIAS DE LOS USUARIOS.	34
IMAGEN 25 - PÁGINA QUE MUESTRA EL BUSCADOR DE IMÁGENES PARA INSPIRAR.....	35
IMAGEN 26 - PÁGINA QUE MUESTRA EN DETALLE UNA FOTO DE UN USUARIO.	36

IMAGEN 27 - PÁGINA QUE MUESTRA LOS GRUPOS DE LOS USUARIOS DE LA RED SOCIAL	37
IMAGEN 28 - PÁGINA QUE MUESTRA COMO UN USUARIO VERÁ SU PERFIL EN LA RED SOCIAL	38
IMAGEN 29 - CAPTURA DE PANTALLA QUE MUESTRA EL PANEL DEL USUARIO DE VISITAMUNDO.....	39
IMAGEN 30 - PÁGINA QUE MUESTRA COMO UN USUARIO PODRÁ PUBLICAR SU NUEVA EXPERIENCIA.....	39
IMAGEN 31 - PÁGINA QUE MUESTRA EL LISTADO DE ARTÍCULOS ESCRITOS EN EL BLOG.	40
IMAGEN 32 - DISEÑO FINAL PARA TABLETAS.....	41
IMAGEN 33 - DISEÑO FINAL PARA DISPOSITIVOS MÓVILES	41
IMAGEN 34 - MENÚ PRINCIPAL	42
IMAGEN 35 - MENÚ QUE SE MUESTRA EN DISPOSITIVOS MÓVILES	43
IMAGEN 36 - PALETA DE COLORES UTILIZADA.....	43
IMAGEN 37 - LOGOTIPO DE JOOMLA!.....	44
IMAGEN 38 - LOGOTIPO DE WORDPRESS.	44
IMAGEN 39 - LOGOTIPO DE INSTAGRAM	46
IMAGEN 40 - DATOS DE CONFIGURACIÓN.....	46
IMAGEN 41 - DIRECCIÓN DONDE SE OBTIENE INFORMACIÓN	46
IMAGEN 42 - INFORMACIÓN QUE SE OBTIENE DE LA API DE INSTAGRAM	47
IMAGEN 43 - CAPTURA DE PANTALLA DE INSPIRA.....	47
IMAGEN 44 - WIDGET UTILIZANDO LA API DE INSTAGRAM	47
IMAGEN 45 - LOGOTIPO DE GOOGLE DEVELOPERS.....	48
IMAGEN 46 - LOGOTIPO DE OPENWEATHERMAP.....	48
IMAGEN 47 - IFRAME DONDE SE OBTIENE EL TIEMPO	48
IMAGEN 48 - LOGOTIPO DE BUDDYPRESS.	49
IMAGEN 49 - BANNER DE CP GOOGLE MAPS.....	50
IMAGEN 50 - BANNER DE GOOGLE XML SITEMAPS.....	50
IMAGEN 51 - LOGOTIPO DE JETPACK PLUGIN.	51
IMAGEN 52 - BANNER DE RATING WIDGET.....	51
IMAGEN 53 - LOGOTIPO DE SHORTCODES PLUGIN.	52
IMAGEN 54 - CÓDIGO DE SEGUIMIENTO DE GOOGLE ANALYTICS.	52
IMAGEN 55 - EJEMPLO DE INSERCIÓN DE PUBLICIDAD EN LAS EXPERIENCIAS	53
IMAGEN 56 - EJEMPLO DE INSERCIÓN DE PUBLICIDAD EN EL BLOG.....	53

Índice de tablas

TABLA 1 – ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	15
TABLA 2 – PLANIFICACIÓN.....	19

1 Introducción

1.1 Resumen del trabajo final de máster

Creación de una aplicación web para gente que viaja, dónde puedan encontrar inspiración sobre lugares, recursos de los países, imágenes y les permita encontrar opiniones reales de los usuarios preguntando a ellos directamente. Esta aplicación web contará con un diseño *responsive* o adaptable a cualquier tamaño de pantalla, así se podrán conectar usuarios con diferentes dispositivos: ordenadores de sobremesa, móviles, tabletas, entre otros.

Se realizará la definición de la aplicación utilizando evaluaciones de carácter profesional, como análisis de la competencia, análisis de la audiencia, requisitos del sistema, arquitectura de la información con estudios sobre la usabilidad de la misma aplicación en función de los diferentes tamaños que la misma pueda adoptar.

Se plantearán diferentes diseños y se elaborarán una serie de bocetos y se elegirá la mejor propuesta. Haciendo una evaluación de los pros y los contras de cada boceto. Será entonces cuando se elaborarán los prototipos de alta fidelidad con programas de edición de imágenes como el Adobe Fireworks CS.

Llegado a éste punto se hará una valoración de los diferentes lenguajes existentes de programación para implementar la aplicación web. Para ello, se recurrirá a estudiar usos habituales extendidos de otros programadores web para ver que lenguaje o arquitectura es mejor que otra.

Una vez realizado este estudio se procederá a implementar la aplicación web. Se conectará la aplicación con la API de Instagram para poder acceder a las imágenes que el usuario necesitará para inspirarse a viajar. Se tendrá en cuenta la API de Google Maps para poder mostrar por pantalla los mapas que el usuario necesite y así poder mostrar mayor información al usuario viajero.

Actualmente se dispone de un dominio web comprado que se llama Visita Mundo www.visitamundo.com.

1.2 Justificación y motivación

Trabajando en el ámbito de la informática siempre surgen ideas para hacer aplicaciones o webs que puedan ser de utilidad, el problema es no disponer de suficiente tiempo para poder realizarlas. Es por eso, que aprovechando que tengo la oportunidad de realizar el proyecto final de máster me gustaría poder desarrollar una de las ideas que llevo pensando desde hace unos meses.

Una de las cosas que más me gusta es viajar y muchas veces me ha faltado una aplicación para la gente que nos gusta viajar sin viajes organizados y que quiere encontrar lugares diferentes, las opiniones de gente local, hoteles con encanto o los restaurantes dónde si se puede degustar platos típicos. También, porque no, donde realizar cursos para aprender un poco más del país que estás visitando. En general, una aplicación que te permita conocer realmente un país.

Por eso me gustaría crear una aplicación donde se pudieran conectar los que ya hayan viajado a ese país y dar su opinión o consejos. O por otra parte, los que viven allí y quieren ayudar a que la gente que visita su país para que tengan una buena experiencia.

Entonces fue cuando pensé en juntar en las herramientas que yo misma usaba al viajar. Encontrar sitios usando las imágenes de Instagram, mirando las valoraciones de un restaurante al que acabo de llegar en Tripadvisor o conectarme a Google Maps para ver el mapa callejero de la ciudad en la que estaba. Estas redes sociales tan extendidas tienen una API para poder utilizar sus datos y juntarlos para dar al viajero una solo herramienta.

1.3 Alcance del proyecto

Desarrollar el estudio y diseño de una aplicación web para viajeros. Se investigará sobre las características principales que tiene que tener. Se desarrollará una parte del proyecto que conectará mediante la API de Instagram para visualizar en forma de fotografías la experiencia de los viajeros y de la gente que viva en un determinado país. También se incorporará mecanismos para que los usuarios de visitamundo puedan preguntar a otros usuarios sus dudas.

Esto se acompañará con prototipos de alta fidelidad de las páginas que si que se implementaran junto con las que quedarán para hacer ya que el tiempo disponible para realizar este proyecto sumado a los riesgos que han ido ocurriendo para una sola persona resultaría demasiado ambicioso y podría no quedar de calidad.

1.4 Metodología y proceso de trabajo

A partir de la idea inicial se estudiarán los requisitos necesarios para poder desarrollar la aplicación. Con la información obtenida se crearán diferentes prototipos para realizar luego el diseño.

A partir de entonces se empezará a trabajar con las tecnologías escogidas. Antes que nada se probarán las APIs escogidas para obtener información y las que nos puedan aportar contenidos interesantes se empezarán a implementar en la base web escogida.

Una vez finalizada la incorporación de las APIs y exposición del contenido se pasará a desarrollar la red social para la incorporación de usuarios, publicación de experiencias, creación de relaciones entre usuarios y ensamblar todos los mecanismos en una misma aplicación web.

Posteriormente se harán los test de funcionamiento y documentación de todos los procesos ejecutados.

2 Objetivos

2.1 Objetivo principal

1. **Crear una aplicación web para viajeros que incluya una red social donde puedan comunicarse y encontrar información sobre viajes.**

2.2 Objetivos secundarios

2. Realizar una aplicación sencilla y rápida que sea fácil de utilizar.
3. Encontrar una solución que sea útil para los usuarios al viajar.
4. Crear una experiencia positiva al usuario al utilizar la aplicación.
5. Diseñar una interfaz que se adapte a todo tipo de dispositivos.
6. Proporcionar a los usuarios inspiración a través de fotografías y opiniones que les ayuden a encontrar su destino.
7. Crear un apartado donde se puedan crear y mostrar las experiencias de los usuarios y que se puedan valorar.
8. Creación de un blog que contenga información útil para el viajero.

3 Estado del arte

3.1 Sub-ámbitos dentro del ámbito del TFM

- **Fotografías de lugares:** se utilizará la API de Instagram ya que contiene muchas imágenes de usuarios.
- **Mapas:** Se utilizará la API de Google Maps para poder mostrar por pantalla los mapas que el usuario necesite y así poder mostrar mayor información al usuario viajero.
- **Clima:** Se utilizará algún servicio que nos facilite el tiempo dependiendo de la zona.
- **Grupos:** Creación de grupos para que los usuarios puedan contactar con otros usuarios quieren hacer la misma actividad, escapada o viaje
- **Experiencias:** Espacio para visualizar las mejores experiencias de otros usuarios.
- **Blog:** Publicación de entradas útiles para el viajero.

3.2 Problemas y riesgos

3.2.1 Riesgos al desarrollar la aplicación:

Existe un riesgo producido por depender de contenido de otras webs ya que la aplicación se basa en el uso de API's de otras webs para ofrecer el contenido. De hecho en un principio se optó para usar la API de TripAdvisor para así obtener opiniones, valoraciones y puntuaciones de los usuarios respecto a lugares, hoteles o restaurantes.

Pero desgraciadamente la API de TripAdvisor no está disponible para implementarla en trabajos para fines académicos sólo para webs comerciales. Por lo tanto, eso produjo un cambio en el desarrollo de la aplicación

- Se redefinió la web para usar sólo la API de Instagram y Google Maps. Dejando a un lado las opiniones de los usuarios de webs como TripAdvisor. Para ello, se debió reestructurar la estructura de la aplicación.
- Pero de un problema a veces aparece una oportunidad. Así que se decidió crear una red social propia donde los usuarios puedan añadir nuevas experiencias, valorarlas, crear grupos y opinar sobre todo lo que quisieran.

3.3 Análisis de la competencia

Existen en el mercado multitud de aplicaciones para viajeros que ofrecen al usuario datos, opiniones, mapas o fotografías interesantes. Pero no se ha encontrado ninguna aplicación que se acerque a las características que se especifican en este TFM. Sin embargo, pueden encontrarse por separado en diferentes aplicaciones. Por lo que se podría decir que el producto final de este TFM será un conjunto de acciones unidas buscando lo mejor de cada aplicación.

Estas aplicaciones son las siguientes:

1. Tripadvisor (<http://www.tripadvisor.es/>)

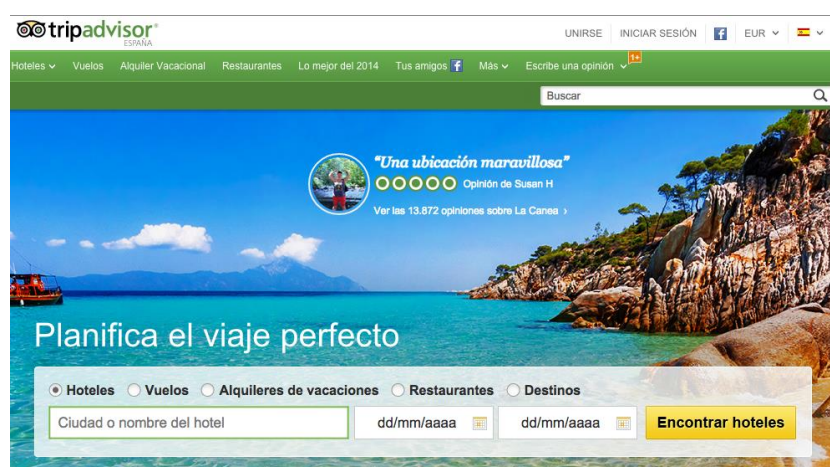


Imagen 1 - Página inicial de TripAdvisor

Descripción: Permite encontrar opiniones de hoteles, restaurantes, atracciones y vacaciones con fotos y consejos de viaje imparciales. Se definen a sí mismos como la mejor web de viajes del mundo.

Ventajas: Ofrece consejos de viajeros reales y una gran variedad de selecciones de viaje y funcionalidades e incluye enlaces a sistemas de reserva. Tiene una gran comunidad que incorpora comentarios y opiniones acerca de alojamientos, restaurantes y lugares de interés.

Factores de éxito: Que se basa en las opiniones y fotos de los propios usuarios. Que es rápida y sencilla de utilizar. Que hay una gran comunidad que la consulta y que introduce información.

2. Booking (<http://www.booking.com>)

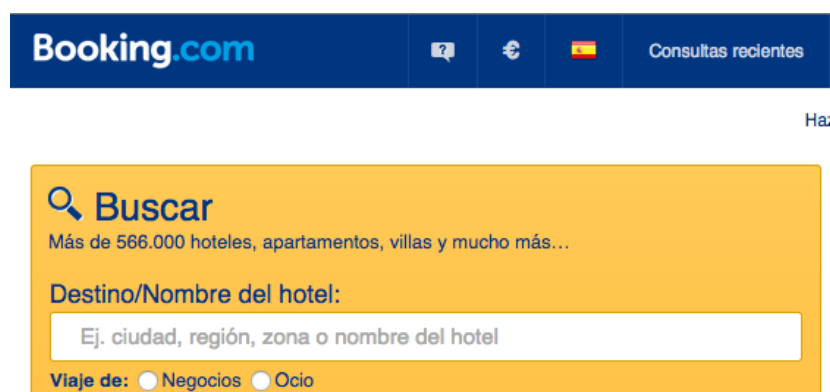


Imagen 2 - Página inicial de Booking

Descripción: Ofrece hoteles con grandes descuentos en 65.000 destinos de todo el mundo. Permite consultar comentarios y encontrar el mejor precio en todo tipo de hoteles.

Ventajas: Buscador rápido y con funcionalidades para poder seleccionar el hotel. Fácil de utilizar y ofrece seguridad a los usuarios que realizan la compra.

Factores de éxito: Clasificaciones claras, con estrellas, textos y números. Muestra descuentos, información de la última reserva y cuantas personas están viendo en ese momento el mismo hotel. Ofrecen las opiniones de los usuarios.

3. Triposo (<http://www.triposo.com/>)



Imagen 3 - Página inicial de Triposo.

Descripción: Guía de viajes digital, con mapas y eventos cerca. Muy completa con diferentes características a tener en cuenta.

Ventajas: Basa toda su información en datos obtenidos a través de la web como Wikitravel, Wikipedia, Flickr, Open Street Maps o TouristEye. Detecta tu ubicación, la hora y el clima y en base a eso te ofrece recomendaciones.

Factores de éxito: Permite la configuración de rutas a pie por la ciudad y tiene la opción de visualizar lugares imprescindibles utilizando una interfaz sencilla. Realiza

promociones junto a Turkish Airlines y regalan vuelos para que los usuarios introduzcan información de los diferentes lugares del mundo.

4. Otras aplicaciones encontradas:

Aplicación	Web	Descripción
Aroundme	http://www.aroundmeapp.com/	Aplicación para encontrar cafés, restaurantes, hospitales, entre otras cosas cerca de ti. Al llegar a un nuevo destino.
Fieldtripper	http://www.fieldtripper.com/	Aplicación para dispositivos como Glass o móviles que con Geo-Posicionamiento te muestra actividades posibles cerca de ti.
Diana	http://dianaapp.com/	Aplicación muy parecida a la primera para encontrar los mejores restaurantes o bares cerca de ti.
Rain Alarm	http://www.rain-alarm.com/	Aplicación que te muestra el mapa isobárico para prever tormentas o cambios climáticos.
Gogobot	https://itunes.apple.com/bn/app/gogobot/id459590827?mt=8	Aplicación que te muestra restaurantes cerca, compartir tu opinión y además compartir el momento con fotos.
Mtrip	http://www.mtrip.com/travel-guide/	Guía de viajes digital con mapas y eventos cerca.
Tripit	https://www.tripit.com/	Guía de viajes con mapas y eventos cerca. Con posibilidad para buscar vuelos.

Tabla 1 – Análisis de la competencia

Después de analizar la competencia encontramos que la aplicación o web que más se parecería a los objetivos de la aplicación visitamundo sería Triposo ya que es una herramienta muy completa pero que sólo está en inglés. Habría un nicho de aplicaciones de esta temática utilizando el idioma español.

3.4 Hardware relacionado

El hardware que irá relacionado a este TFM serán mayoritariamente dispositivos móviles. Cuando viajamos normalmente se utilizan los móviles. También está aumentando el uso de las tabletas gracias al reducido tamaño y a que el peso cada vez es menor. Cuando el viajero tiene que estar consultando lugares que visitar o reservando hoteles constantemente es más cómodo utilizar una tableta porque normalmente tienen pantallas más grandes que permiten acceder al contenido de forma más rápida.

También se tendrá en cuenta el ordenador de sobremesa o portátil ya que el viajero puede hacer una consulta de la aplicación web antes de realizar el viaje. Es por eso la importancia de realizar una aplicación con un diseño adaptable.

3.5 Audiencia

El rango de personas que podrán utilizar ésta aplicación resulta muy amplio. Es por eso que se han agrupado por rangos de edad para así poder detallar mejor el perfil de cada grupo. Éstos pueden ser de ambos sexos.

3.5.1 Menos de 18 años

- **Conocimientos en el uso de aplicaciones:** Las personas más jóvenes tienen un dominio significativo en el uso de las aplicaciones, web y entornos digitales.
- **Facilidad para viajar:** No tienen facilidad al viajar ya que son menores de edad y por lo tanto, mayoritariamente viajaran acompañados de uno o varios adultos.
- **Nivel económico:** Nivel económico bajo o insuficiente para costearse un viaje.
- **Idioma:** Mayoritariamente tienen grandes conocimientos del idioma inglés escrito y leído pero poco nivel hablado.
- **Objetivos:** Para que van a utilizar esta aplicación:
 - a. Buscando lugares atractivos para un viaje de fin de curso.
 - b. Ayudando a elegir un viaje para ir junto con la familia.
 - c. Buscando información sobre lugares de interés o lugares exóticos para alguna tarea escolar.

3.5.2 De 18 a 39 años

- **Conocimientos en el uso de aplicaciones:** Las personas jóvenes tienen un dominio significativo en el uso de las aplicaciones, web y entornos digitales.
- **Facilidad para viajar:** Sería el grupo que tiene más facilidad al viajar ya que cuentan con tiempo, ganas y unos pocos ingresos que les puede permitir costearse un billete económico.
- **Nivel económico:** Nivel económico bajo pero suficiente para costearse un viaje. Muchas veces sus familiares pueden contribuir a ello.
- **Idioma:** Mayoritariamente tienen grandes conocimientos del idioma inglés escrito y leído pero poco nivel hablado.
- **Objetivos:** Para que van a utilizar esta aplicación:
 - a. Buscando lugares atractivos para un viaje con amigos, solos o con pareja.
 - b. Buscando información sobre lugares de interés o lugares exóticos para planear un viaje.
 - c. Es un grupo que se puede permitir viajar durante todo el año.
 - d. Encontrar opiniones que les ayuden a tomar decisiones.
 - e. Preguntar dudas a otros viajeros a través de la aplicación.
 - f. Encontrar sitios románticos para compartir en pareja.

3.5.3 De 40 a 60 años

- **Conocimientos en el uso de aplicaciones:** Los conocimientos que manejan sobre el uso de las aplicaciones, web y entornos digitales es medio. Muchos aprenden rápido ya que cada vez las aplicaciones son más usables y eficaces.
- **Facilidad para viajar:** Es un grupo que no dispone de mucho tiempo para viajar debido al día a día, situaciones familiares ya sean por pequeños en casa o por mayores. Pero es un grupo que poco o mucho viajará ya sea en pareja o con hijos.
- **Nivel económico:** Nivel económico alto y medio.
- **Idioma:** Mayoritariamente tienen pocos conocimientos del idioma inglés.
- **Objetivos:** Para que van a utilizar esta aplicación:
 - a. Buscando lugares para viajar con familia.
 - b. Encontrar información útil para el viaje.
 - c. Evitar depender de guías desfasadas.

- d. Encontrar opiniones que le ayuden a tomar decisiones.
- e. Preguntar dudas a otros viajeros en grupo a través de la aplicación.
- f. Encontrar sitios para compartir en grupo.

3.5.4 Más de 60 años

- **Conocimientos en el uso de aplicaciones:** Las personas que forman este grupo no tienen un dominio significativo en el uso de las aplicaciones, web y entornos digitales. La tecnología se ha quedado atrás y son pocos los que se han aventurado a ello.
- **Facilidad para viajar:** Este grupo tiene facilidad para viajar, ya que disponen de tiempo y dinero para ello. Generalmente buscaran packs/ofertas donde todo el viaje ya esta planeado.
- **Nivel económico:** Nivel económico alto-medio.
- **Idioma:** Pocos son los que a esta edad tienen dominio del inglés, razón por la cual buscaran viajes ya planeados.
- **Objetivos:** Para que van a utilizar esta aplicación:
 - Encontrar información útil para el viaje.
 - Evitar depender de guías desfasadas.
 - Encontrar opiniones que le ayuden a tomar decisiones.
 - Conocer otros viajeros a través de la aplicación.
 - Obtener la seguridad necesaria a través de la aplicación.

4 Planificación del TFM

A continuación describiré las diferentes tareas y subtareas que realizaré a lo largo de los días que tenemos para la realización del proyecto final de máster.

Nombre	Duración	Inicio	Final
Definición de la idea inicial	19 días	18/09/2014	06/10/2014
Búsqueda de información	10		
Especificar los objetivos	2		
Definir el alcance del proyecto	3		
Resumen de la propuesta	2		
Justificación del proyecto	2		
Estudio del arte y planificación	14 días	07/10/2014	20/10/2014
Definición de los sub-ámbitos del proyecto	2		
Análisis de la competencia	6		
Planificación	4		
Problemas y riesgos	2		
Análisis de requisitos	4 días	21/10/2014	24/10/2014
Audiencia	2		
Diseño para la diversidad	2		
Elaboración de propuestas y solución final	17 días	25/10/2014	10/11/2014
Búsqueda de diferentes propuestas	2		
Creación de diferentes esbozos	10		
Elección de la propuesta final	2		
Creación y elección del logotipo	3		
Diseño de la interfaz	10 días	11/11/2014	20/11/2014
Definición del diseño final	6		
Definición de la navegación	2		
Elección de la paleta de colores	2		
Desarrollo de la aplicación	53 días	21/11/2014	12/01/2015
Implementación del proyecto	41		
Plugins utilizados	8		
Establecer hoja de ruta del proyecto para futuras mejoras	2		
Testes de funcionamiento	2		
Creación de la memoria y documentación del proyecto	117 días	18/09/2014	12/01/2015
Documentación del proyecto por apartados	110		
Recopilación de la bibliografía	2		
Elaboración de la presentación final	5		

Tabla 2 – Planificación

Para realizar la representación de forma gráfica de la planificación he utilizado una herramienta online <http://www.gantter.com>.

A continuación muestro el resultado de la planificación:

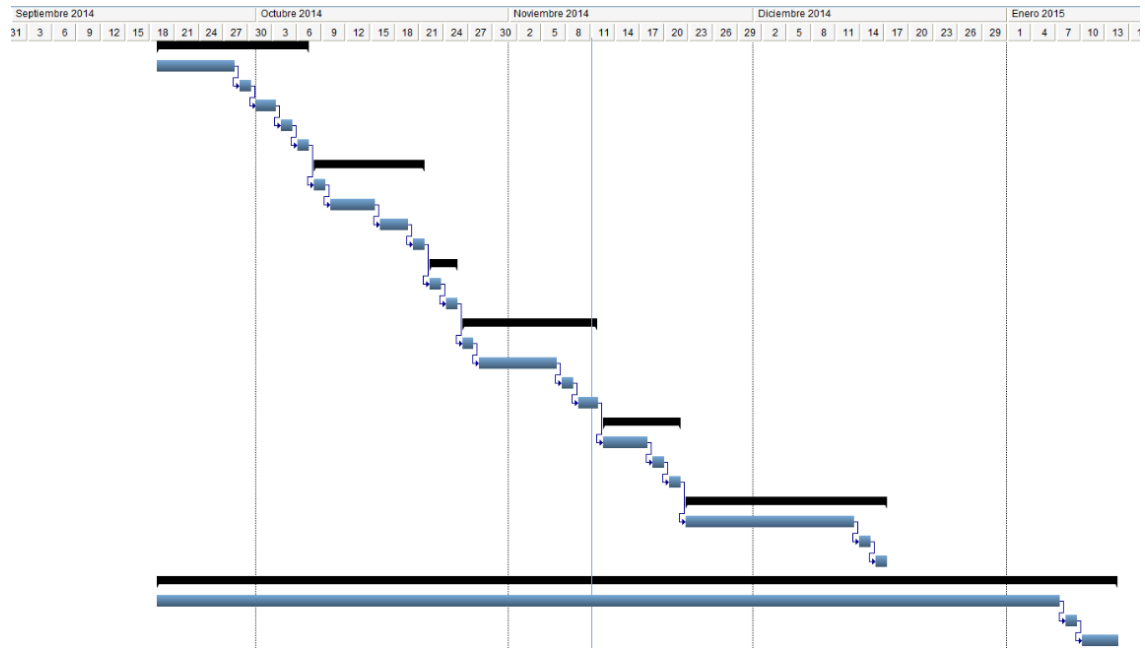


Imagen 4 - Planificación en un diagrama de Gantt.

5 Presupuesto

A continuación se detallará el presupuesto estimado para la realización del diseño y desarrollo de la aplicación web.

- Equipo humano
 - Definición de la idea inicial: 19 días
 - Estudio del arte y planificación: 14 días
 - Análisis de requisitos: 4 días
 - Elaboración de propuestas y solución final: 17 días
 - Diseño de la interfaz: 10 días
 - Desarrollo de la aplicación: 25 días

En total si se han trabajado 89 días. Se calcula que se han trabajado aproximadamente unas 3 horas por día, por lo que harían un total de 267 horas. Si esto lo multiplicamos por aproximadamente 40€ la hora que sería lo que cobraría un ingeniero obtendríamos un total de **10.680€**.

Normalmente cuando es un proyecto cerrado y la idea hubiera sido dada por el cliente se pactaría un precio aproximado por bloque de tareas o pequeños proyectos como por ejemplo:

- Crear logo e imagen de la marca: 200€
- Diseño de una web básica: 300€
- Diseño para todos los dispositivos: 200€
- Creación de una red social: 1.500€
- Personalización utilizando API de Instagram: 900€
- Creación de un blog: 500€
- Conexión con las redes sociales existentes: 100€
- Posicionamiento y analítica web: 150€
- Equipamiento técnico
 - Gestión de dominio y alojamiento: 50€ por año

En total el producto tendría un coste de **3.900€**.

6 Diseño

6.1 Diseño para la diversidad

Se buscará información de las estadísticas de uso de los sistemas operativos, navegadores y la resolución de pantalla más utilizados para los diferentes dispositivos. Estas estadísticas están extraídas de la página web <http://gs.statcounter.com/> que analizan todo el mundo en el periodo de tiempo de Octubre de 2013 hasta Octubre de 2014.

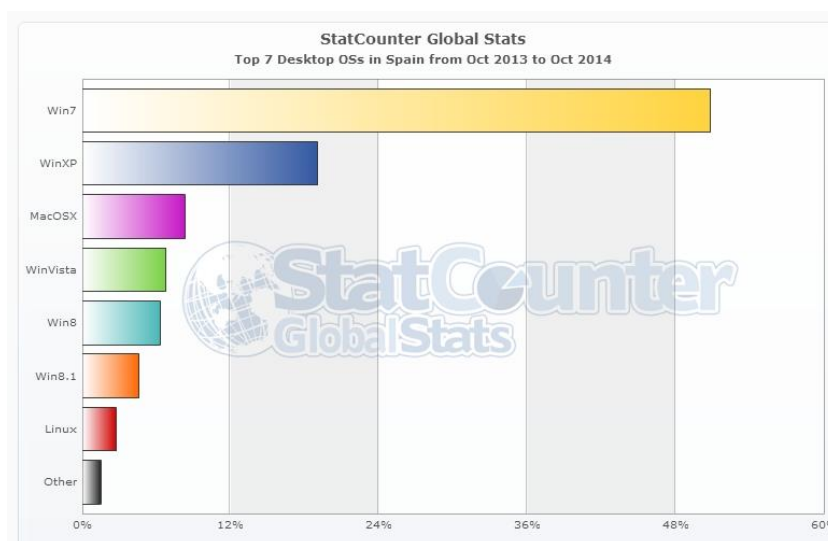


Imagen 5 – Sistemas operativos utilizados desde ordenadores

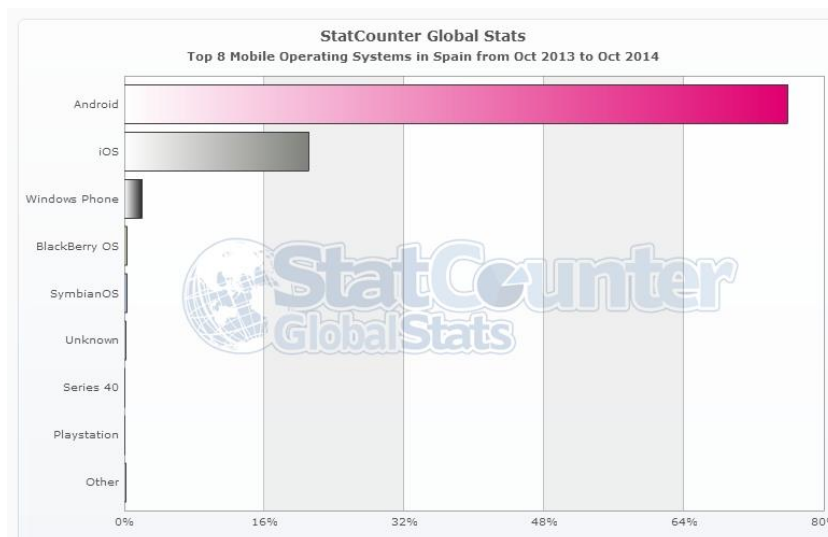


Imagen 6 – Sistemas operativos utilizados desde dispositivos móviles

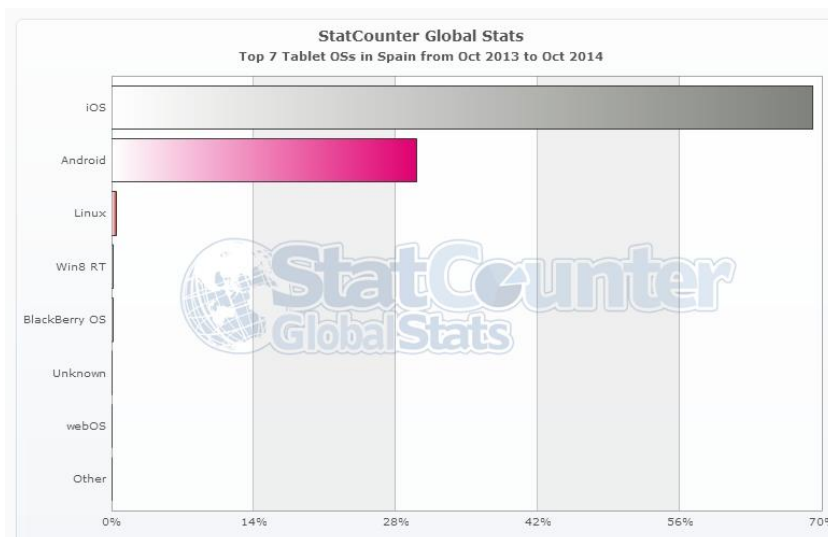


Imagen 7 – Sistemas operativos utilizados desde tabletas

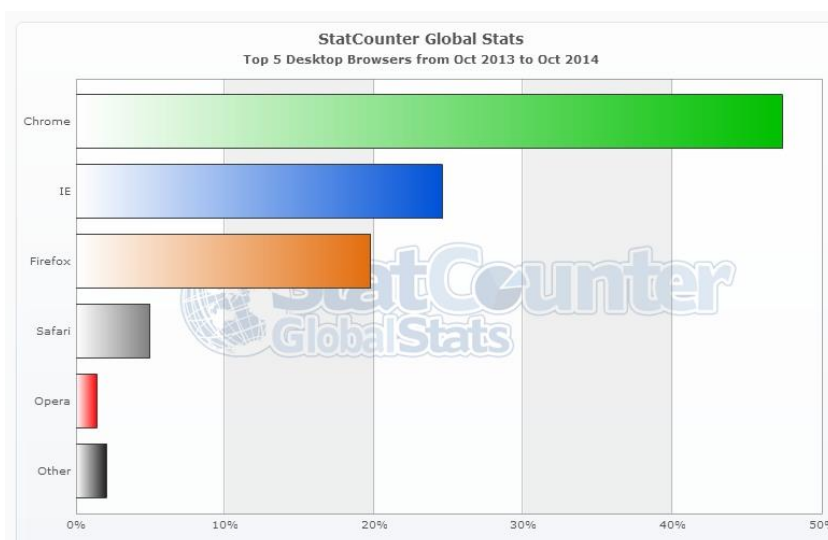


Imagen 8 - Navegadores utilizados desde ordenadores

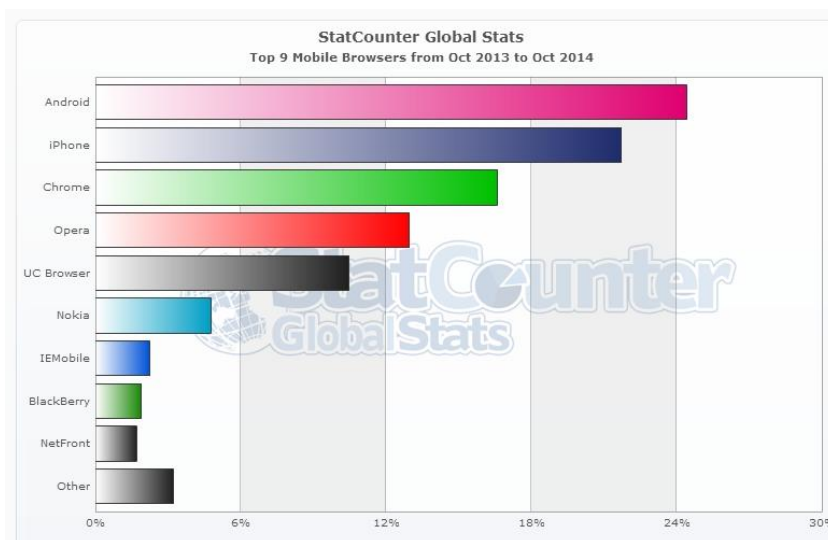


Imagen 9 - Navegadores utilizados desde dispositivos móviles

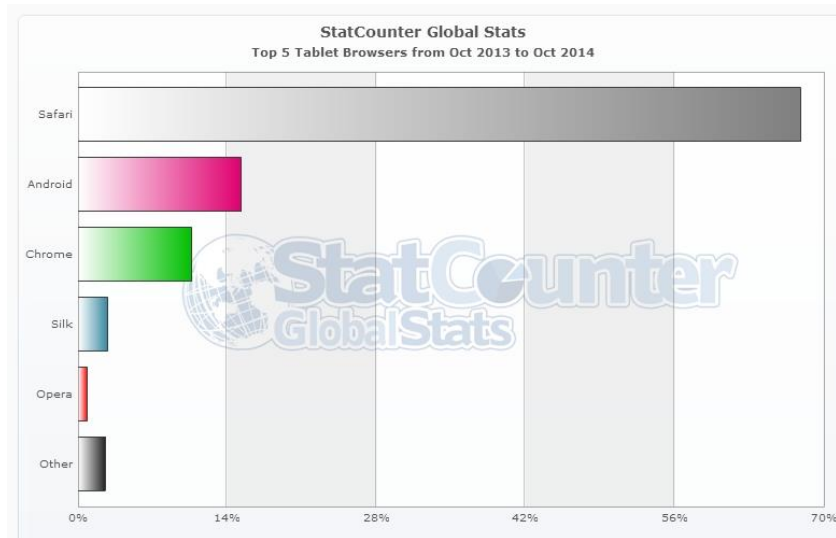


Imagen 10 - Navegadores utilizados desde tabletas

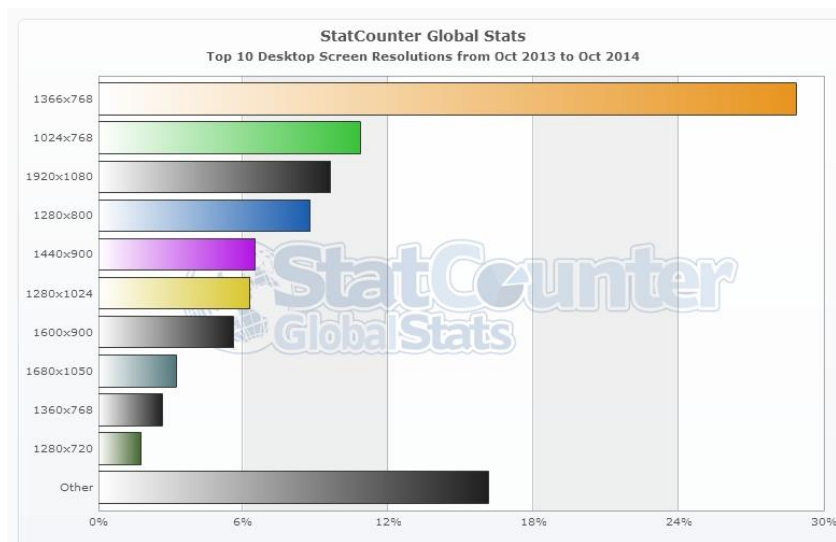


Imagen 11 – Resoluciones de pantalla desde ordenadores

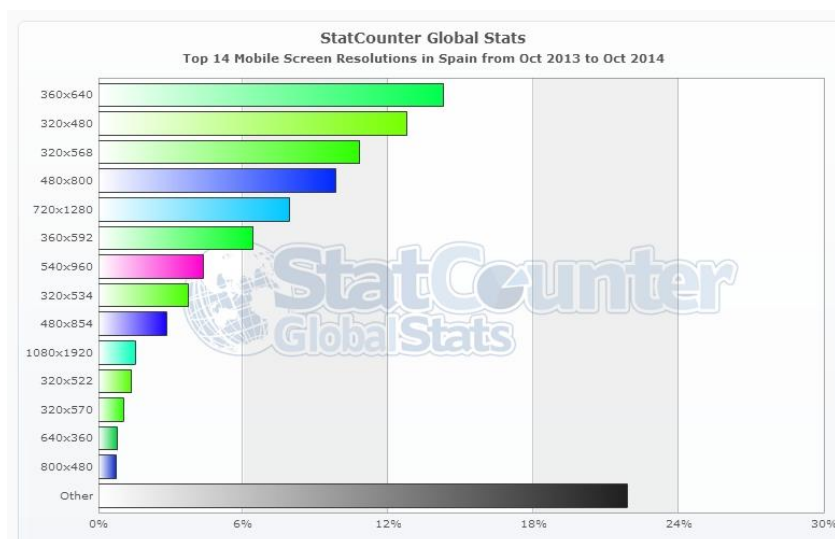


Imagen 12 - Resoluciones de pantalla desde dispositivos móviles

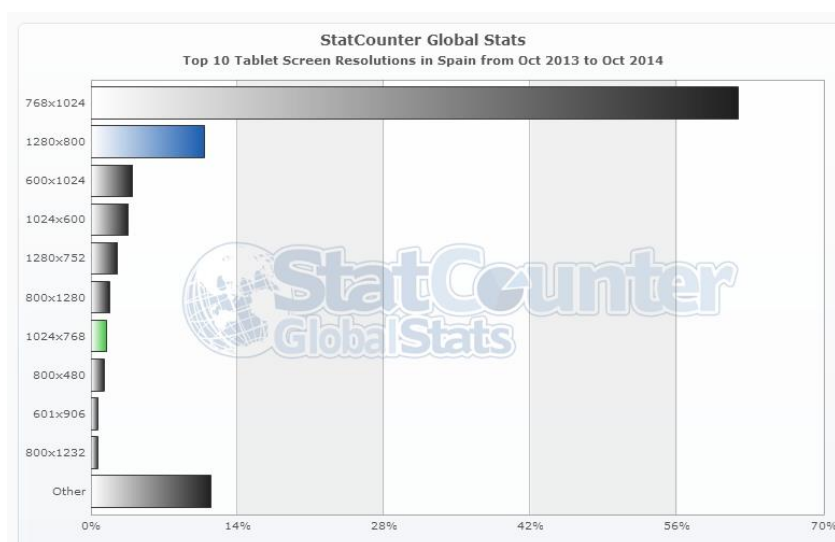


Imagen 13 - Resoluciones de pantalla desde tabletas

6.1.1 Conclusiones del diseño para la diversidad

En el estudio de las estadísticas se obtiene que el sistema operativo más utilizado es Windows 7 en ordenadores, Android para dispositivos móviles e IOS para tabletas.

El navegador más utilizado desde ordenador es Chrome, a diferencia de años anteriores que era Internet Explorer. En dispositivos móviles es Android y en tabletas es Safari.

Por último la resolución más utilizada desde ordenadores es 1366x768, desde dispositivos móviles es 360x640 y desde tabletas es 768x1024.

Cuando realicemos los wireframes para los diferentes dispositivos tendremos en cuenta todos los datos que hemos obtenido en este estudio. Para las medidas de los diferentes wireframes se usará las más utilizadas para los diferentes dispositivos.

6.2 Búsqueda de diferentes propuestas

Después de analizar las diferentes aplicaciones existentes se han recogido de cada una de ellas las partes más interesantes para visitamundo.

Las partes más importantes serán las siguientes:

- Un buscador
- Zona de fotografías
- Zona de experiencias
- Zona de opiniones
- Mostrar los usuarios
- Ubicar el sitio de interés en un mapa

Todas estas partes dependerán de la parte de implementación y que las API's disponibles permitan la utilización de la información.

6.3 Creación de diferentes esbozos

Se han creado diferentes esbozos para que se adapten a los objetivos de la aplicación web.

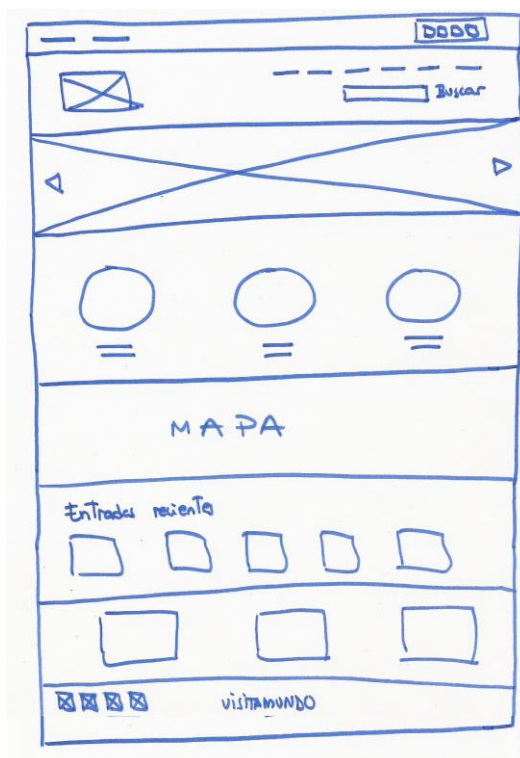


Imagen 14 – Esbozo de la página inicial.

Se han realizado para tener una idea de cómo se dispondría la información en la página de inicio. Por lo que se ha decidido dejar una barra superior para el menú y la red social. Así el usuario siempre podrá acceder a cualquier contenido.

Debajo se mostrará un slider de diapositivas para dar una sensación de modernidad y a la vez informar sobre nuevas secciones de la web junto con los tres apartados siguientes para destacar las partes más importantes de la web.

Justo debajo se mostrará un mapa con las experiencias mejor valoradas por los usuarios. Después las entradas del blog recientes y justo entonces tres cajas para ayudar al usuario a registrarse o mostrar otros contenidos importantes.

Para finalizar el pie de página donde se encontrarán enlaces a redes sociales o ayuda.

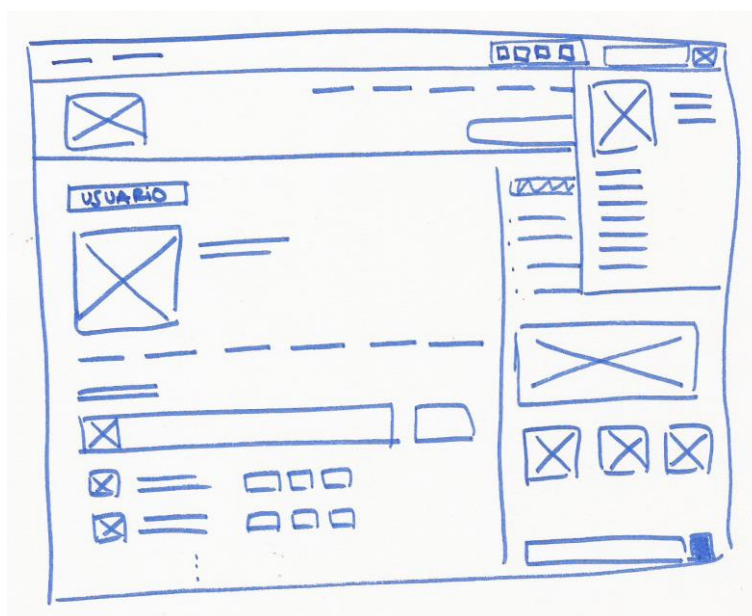


Imagen 15 - Esbozo para el apartado de la red social.

Dividido en dos columnas, la de la izquierda mostrará el contenido del perfil del usuario, así como su actividad, mensajes, amigos, entre otros. Mientras que la columna de la derecha mostrará las últimas entradas del blog, o enlaces a contenidos de interés de la web.

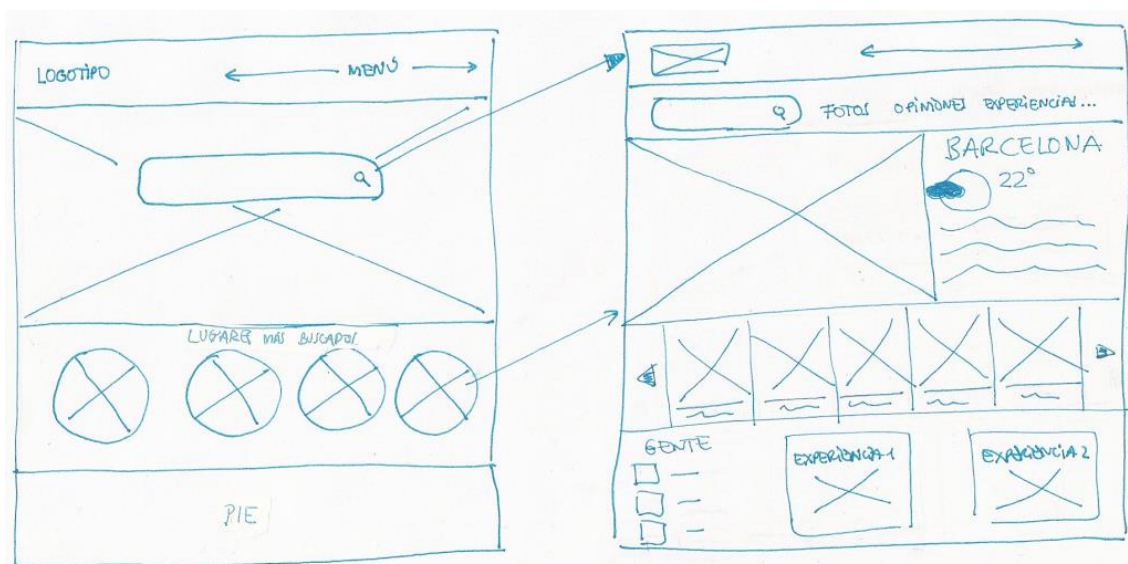


Imagen 16 – Esbozo del apartado de inspira.

Este último esbozo muestra el apartado de integración de la API de Instagram para que los usuarios puedan buscar imágenes. La parte de la izquierda corresponde a la página de buscar y la parte de la derecha corresponde al resultado que obtienes cuando buscas un lugar.

6.4 Creación y elección de un logotipo

A continuación se muestran los diferentes esbozos que se diseñaron para escoger el logotipo final. Se descartaron las diferentes combinaciones con “v” y “m” porque no se llegaba a entender el nombre de la aplicación. Y también se descartaron aquellos que tuvieran un diseño muy elaborado.

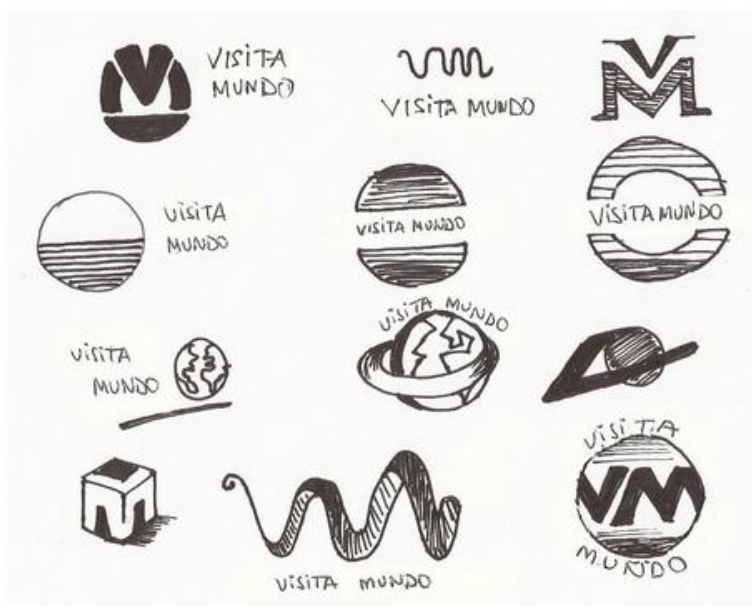


Imagen 17 – Diseño de diferentes logotipos

Se ha optado finalmente por un logotipo que visualice todo el nombre y con un diseño básico que simboliza el mundo. En la parte superior intenta dar una imagen de un atardecer y en la parte inferior reflejar el mar. Los colores se han elegido escogiendo una combinación que de sentido tanto al atardecer como al mar.



Imagen 18 - Logotipo elegido.

Existe un segundo logotipo para cuando sea necesario poder leer sobre fondo negro.



Imagen 19 - Logotipo en blanco y negro para fondo oscuro.

En alguna ocasión se ha requerido usar un logotipo para poder leer cuando la imagen sea más pequeña. Para ello se ha modificado el logotipo para poder aumentar el texto de la imagen convirtiendo en un isologo con texto.



Imagen 20 - Logotipo para poder leer mejor el texto.

6.5 Definición del diseño final

6.5.1 Página de inicio

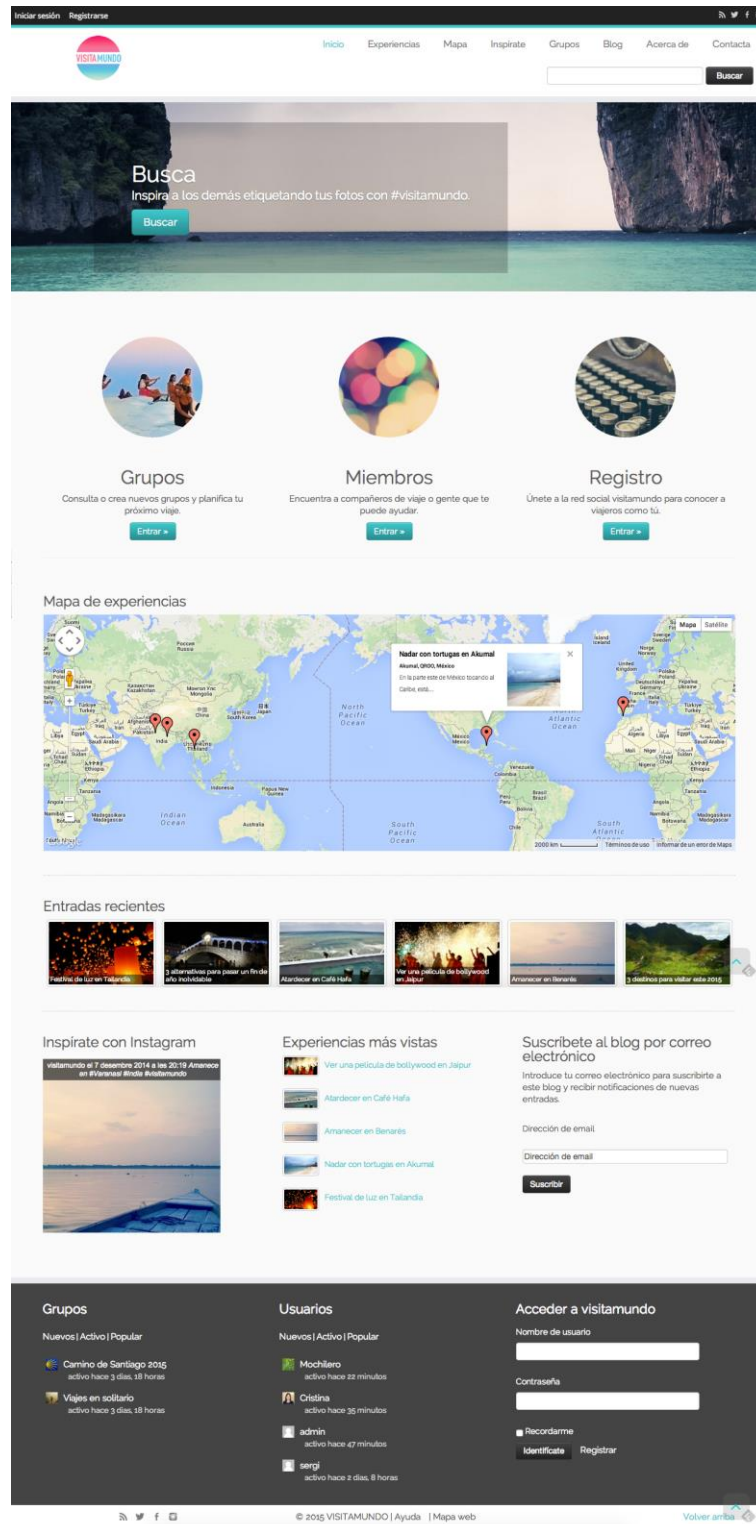


Imagen 21 - Página inicial de visitamundo.

Dividida en diferentes niveles que muestran de arriba abajo:

- Menú principal de la red social. Aparece en negro y muestra más opciones una vez el usuario registrado ha entrado en la web.
- Menú principal de la web que junto con el logotipo ofrecen las opciones para poder navegar por la web. También muestra un buscador del sitio web.
- Un pase de diapositivas que muestran nuevas secciones al usuario o si hay novedades en la web.
- El nivel de destacados donde se muestran enlaces importantes para el usuario, así como los grupos, los miembros de la red social o el formulario para registrarse.
- Un mapa de Google Maps donde se muestran las experiencias de los usuarios ubicadas en el plano.
- Una tira donde aparecen las entradas recientes en el blog.
- Este nivel y el siguiente tienen tres columnas. En la primera de este nivel se muestran fotos de Instagram con las que se ha etiquetado el hashtag **#visitamundo**. En la siguiente aparecen las experiencias más visitadas y en la tercera columna un pequeño formulario para suscribirte al blog.
- En este nivel se muestran los grupos más activos, los usuarios más activos y un formulario para entrar en la red social.
- Por último el pie de página muestra enlaces en forma de iconos de las redes sociales en las que visitamundo está activa, el copyright y enlaces para ir a ayuda y mapa web.

6.5.2 Experiencias

En esta página se muestra un listado de las experiencias ordenadas de más nueva a menos que los usuarios han ido publicando.

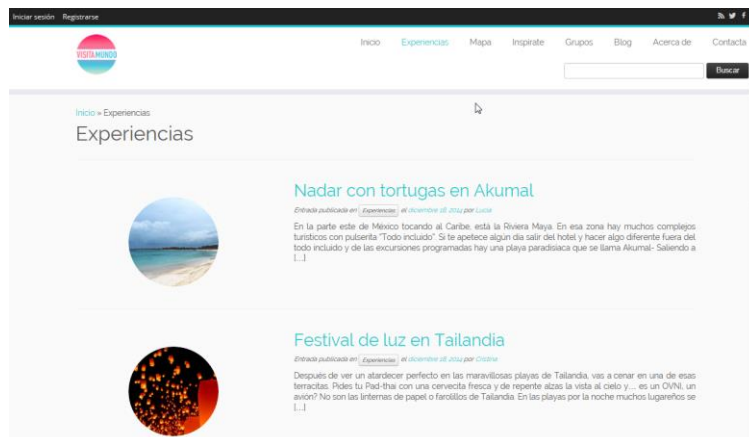


Imagen 22 - Página que muestra el listado de experiencias de los usuarios.

Una vez se hace clic en cualquiera de estas experiencias aparecerá la información más detallada. Por ejemplo en esta se puede ver la imagen y el texto de la experiencia, un mapa que muestra donde se puede vivir, unas estrellas para valorarla, unos iconos para compartir. Otras experiencias relacionadas y un espacio para poder comentarlas.

En la columna de la derecha se muestran las entradas más recientes del blog, un acceso al mapa de las experiencias, las entradas más vistas y un formulario para suscribirte al blog.

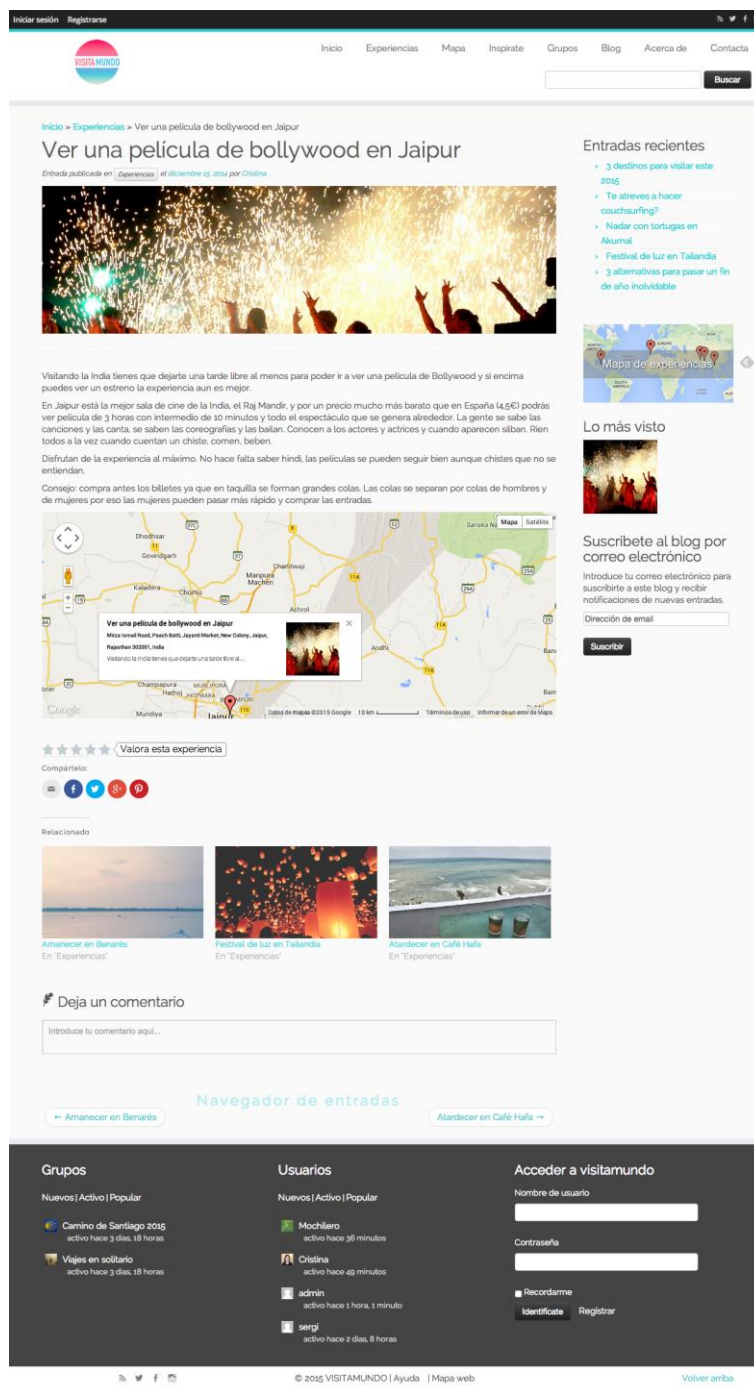


Imagen 23 - Página que muestra en detalle una experiencia.

6.5.3 Mapa

En esta página los usuarios podrán navegar por el mapa buscando las mejores experiencias cerca de donde quieran viajar.

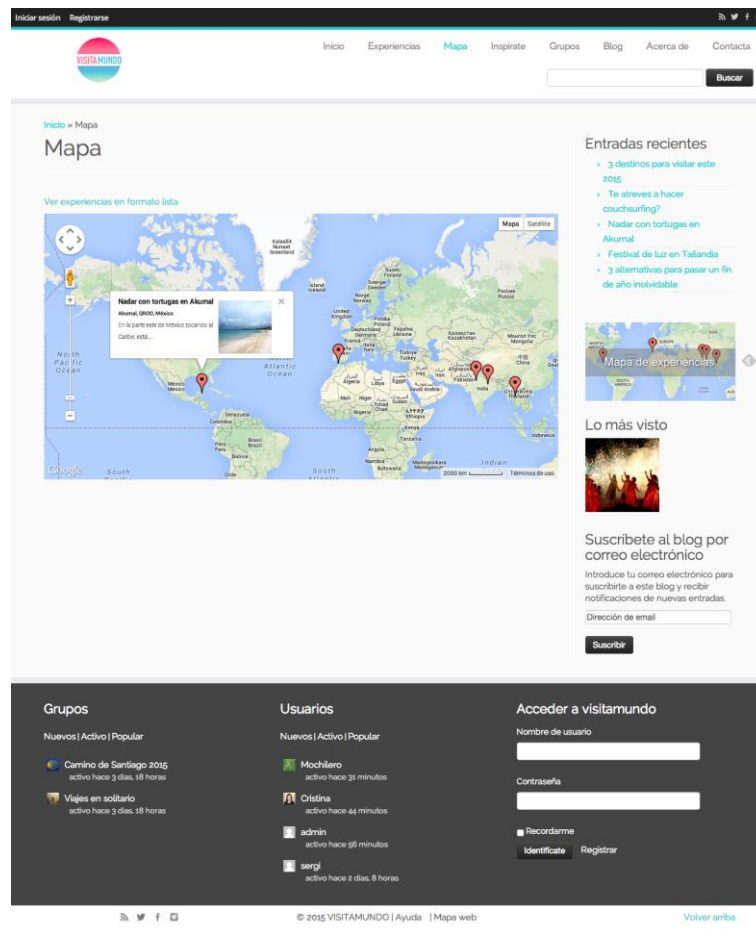


Imagen 24 - Página que muestra el mapa con las experiencias de los usuarios.

6.5.4 Inspírate

Es una página donde aparece un buscador que permite a los usuarios de la página web realizar búsquedas en Instagram y así ver fotos de lugares donde les gustaría ir. Al hacer una búsqueda aparecerán las fotos con sus descripciones.

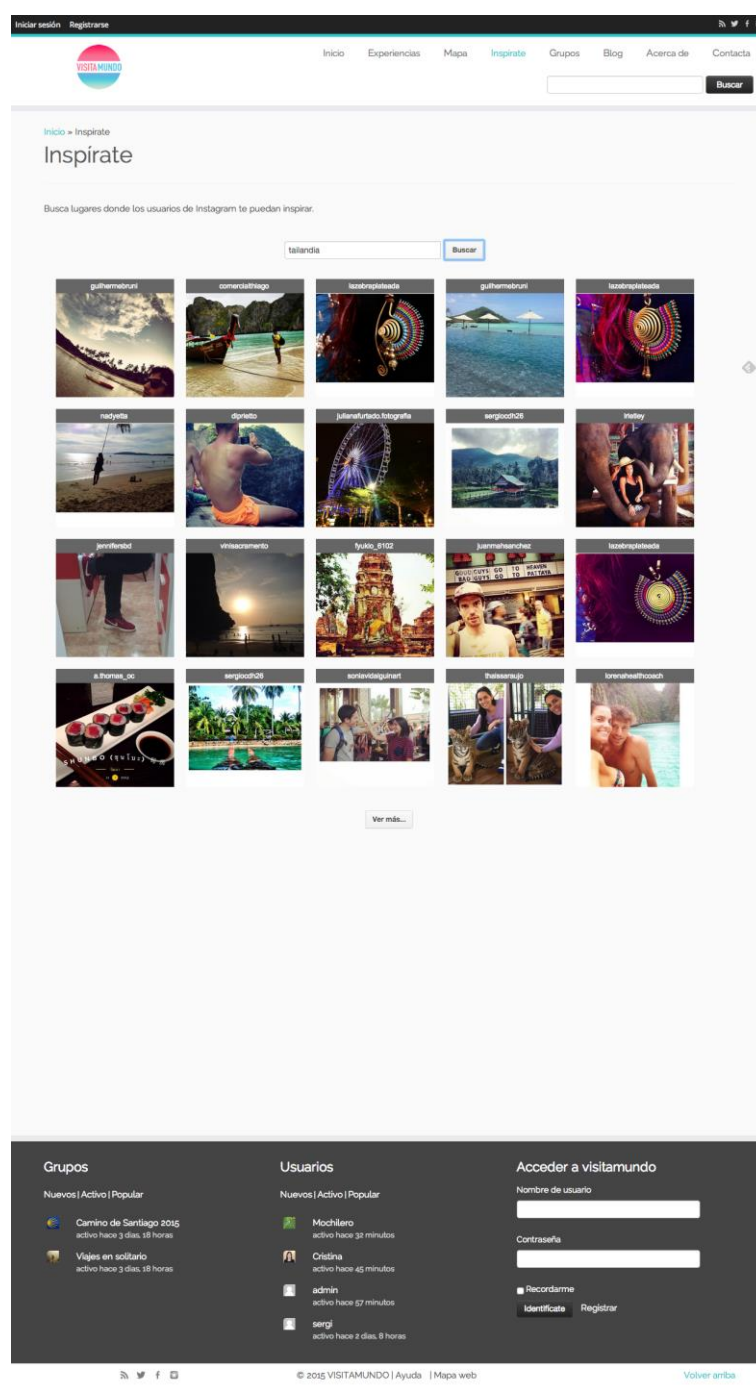


Imagen 25 - Página que muestra el buscador de imágenes para inspirar.

Una vez hecha la búsqueda si el usuario hace clic en cualquier imagen aparecerán los detalles de esta. Así como su autor, lugar, tiempo mediante otra API de Openweathermap.org que nos da el tiempo de ese mismo lugar en tiempo real y un enlace que nos permitiría contactar con este usuario de Instagram por la misma web.

Esta parte resulta muy útil ya que un usuario le puede preguntar a otro cosas como el tiempo, el precio, si un local está abierto, si hay gente, entre otras. Información al momento que otras webs no pueden dar.

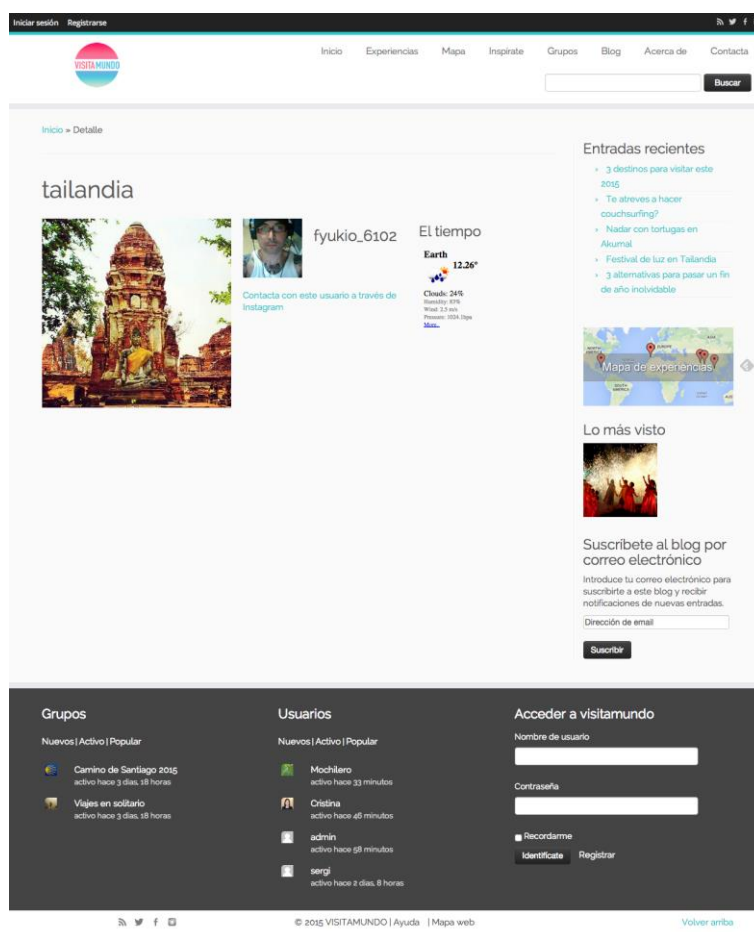


Imagen 26 - Página que muestra en detalle una foto de un usuario.

6.5.5 Grupos

Los usuarios podrán crear grupos para así contactar con otros usuarios que quieren hacer la misma actividad, escapada o viaje. Como podemos ver en el ejemplo aparece el grupo “Camino de Santiago 2015”, un usuario que quiera hacerlo podrá entrar en el grupo para así poder empezar a planearlo.

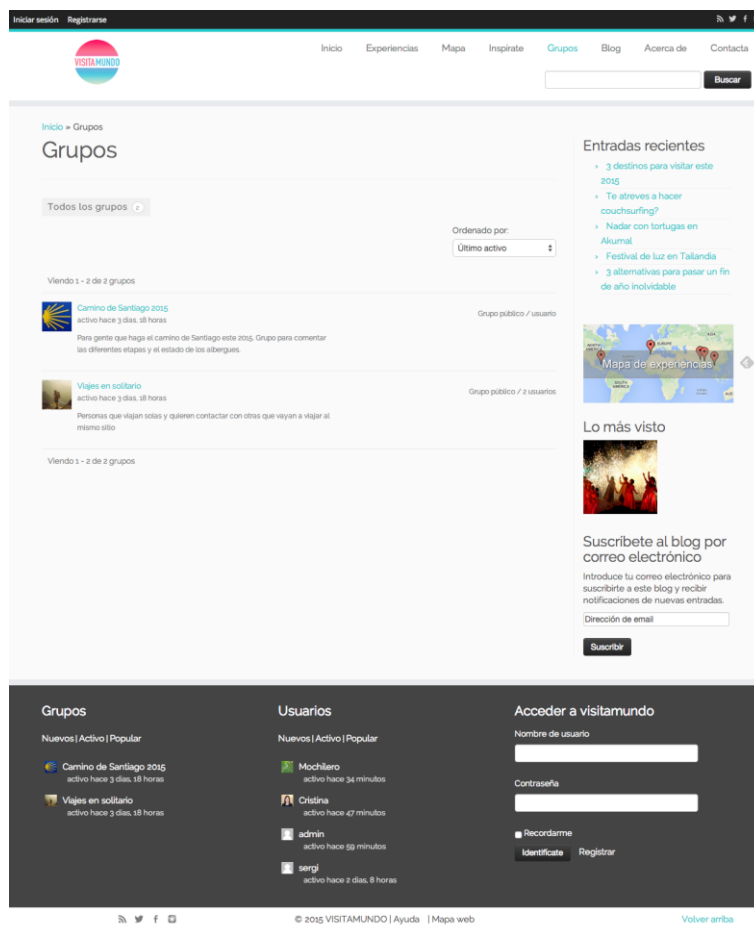


Imagen 27 - Página que muestra los grupos de los usuarios de la red social.

Esta página muestra como un usuario ve toda su actividad y la de sus amigos dentro de la red social. Podrá ver si tiene mensajes nuevos, nuevos amigos, grupos de interés, entre otras cosas.

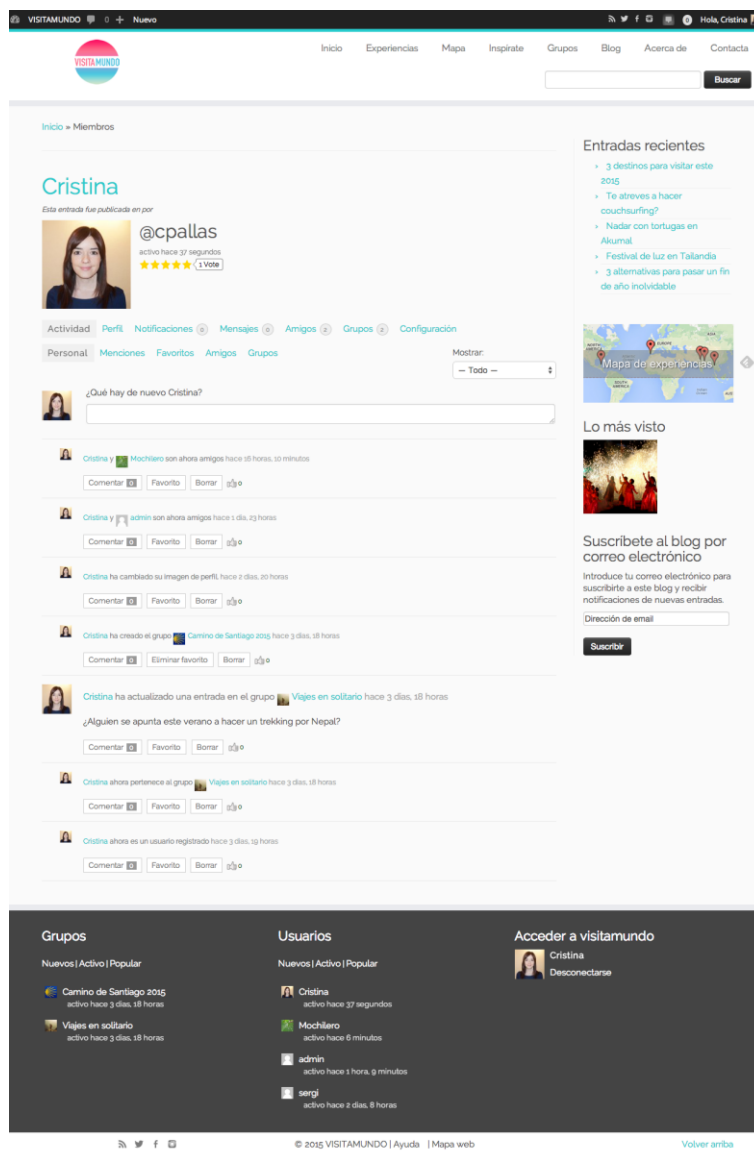


Imagen 28 - Página que muestra como un usuario verá su perfil en la red social.

Así es como un usuario puede ver su panel. Está ubicado en la zona superior derecha de la web y desde aquí puede acceder a todas las partes que desee.

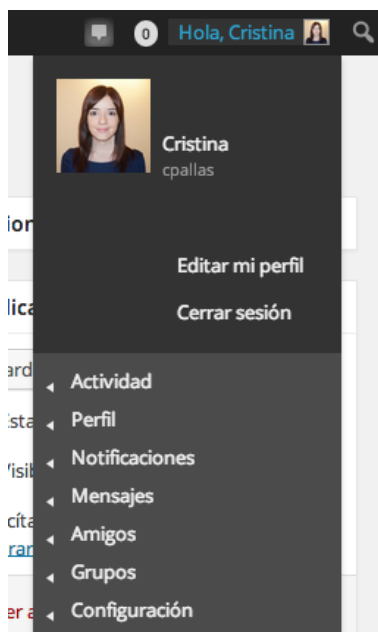


Imagen 29 - Captura de pantalla que muestra el panel del usuario de visitamundo.

Para finalizar, una página que resulta importante para los usuarios sería la de escribir una nueva entrada. Para ello deberá dirigirse a la parte superior izquierda donde pone “Nueva” así es la manera más rápida de acceder a ello.

Al entrar aparece un menú de color negro en la parte izquierda propio de Wordpress pero solo con las opciones del usuario.

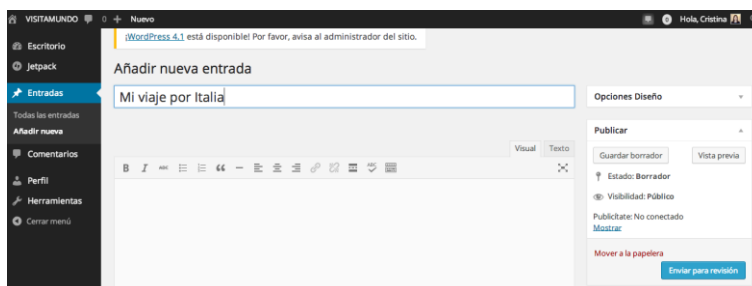


Imagen 30 - Página que muestra como un usuario podrá publicar su nueva experiencia.

6.5.6 Blog

En esta página se muestra un listado de más nuevo a menos de los artículos publicados en el blog de visitamundo.

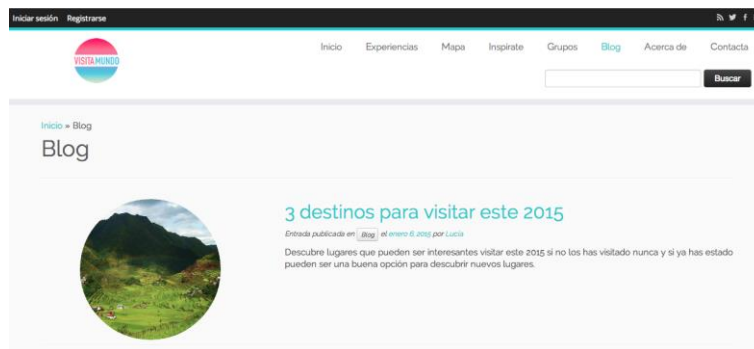


Imagen 31 - Página que muestra el listado de artículos escritos en el blog.

6.6 Diseño final para tabletas

La diferencia principal sería que el logo se centra y aparece el icono del menú a la derecha y cuando haces clic se despliega el menú. Todo el contenido se adapta al ancho de la tableta.

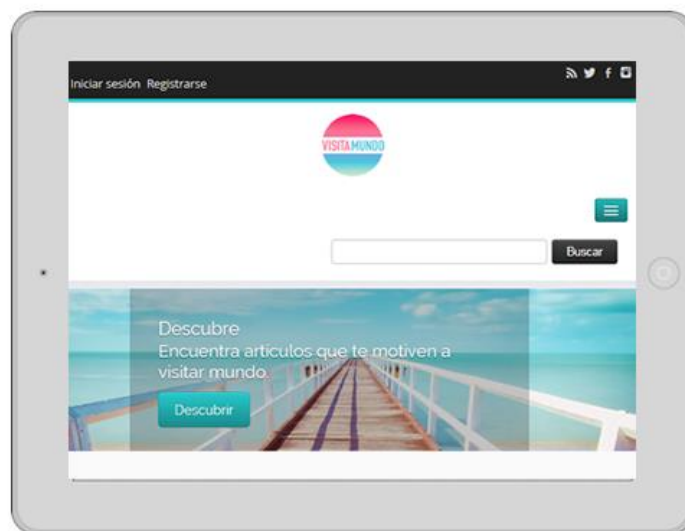


Imagen 32 - Diseño final para tabletas

6.7 Diseño final para dispositivos móviles

De la misma forma que en la tableta en los dispositivos móviles se adapta el contenido a la pantalla, el logo aparece centrado y el menú se despliega cuando haces clic en el icono del menú.

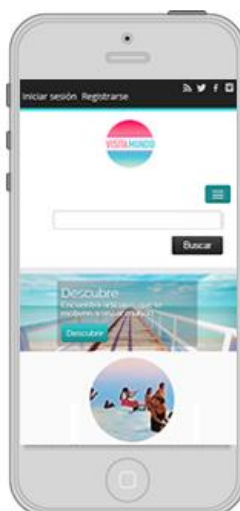


Imagen 33 - Diseño final para dispositivos móviles

6.8 Definición de la navegación

La navegación se ha planteado como una barra superior con un menú persistente en todas las páginas. Esta estructura ayudará a la adaptabilidad en diferentes dispositivos. De manera que en pantallas pequeñas aparecerá el icono de las tres barras horizontales que mostrará que se puede desplegar un menú.

En dicha barra superior también se muestra el logotipo de la aplicación. Debajo aparece un buscador para que el usuario pueda buscar experiencias o entradas del blog.

Mayoritariamente el formato del contenido habitual resulta una estructura de dos columnas. La de la izquierda irá cambiando según el contenido que se vaya deseando mostrar y en la de la derecha aparecerán los enlaces hacia entradas más recientes, acceder al mapa de experiencias, las entradas más vistas, y un pequeño formulario para suscribirse al blog.

Existen páginas con una sola columna que muestran el contenido, como inspira o el mapa de experiencias.

El menú que se ha incorporado en la zona de arriba a la derecha del sitio web:

[Inicio](#) [Experiencias](#) [Mapa](#) [Inspírate](#) [Grupos](#) [Blog](#) [Acerca de](#) [Contacta](#)

Imagen 34 - Menú principal

- **Inicio:** página de inicio
- **Experiencias:** listado de experiencias de los usuarios
- **Mapa:** donde se muestran las experiencias ubicadas en el mapa
- **Inspírate:** buscador que permite hacer búsquedas en fotos de Instagram
- **Grupos:** grupos que se han creado en la red social
- **Blog:** entradas con información relacionada con viajes
- **Acerca de:** información de la web y de la autora
- **Contacta:** formulario de contacto para enviar mensajes

El menú que se mostraría en dispositivos móviles sería el siguiente:

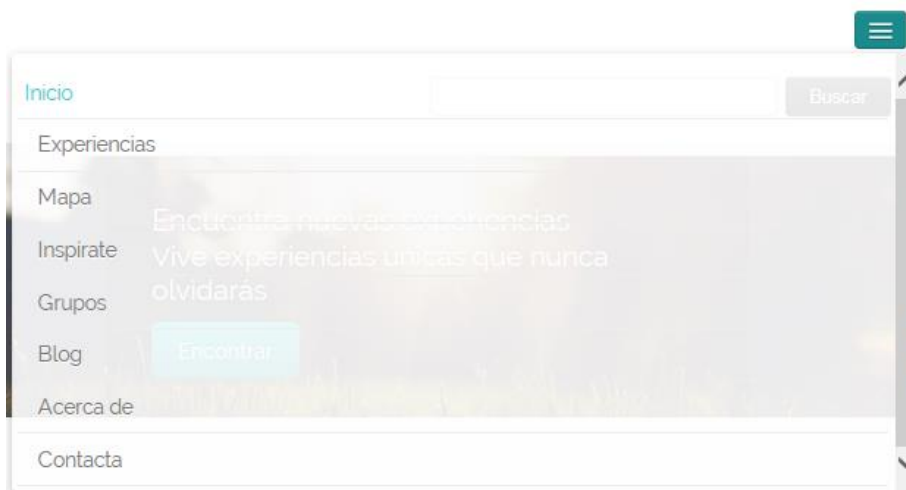


Imagen 35 - Menú que se muestra en dispositivos móviles

6.9 Elección de la paleta de colores

Esta paleta está basada en los colores del logotipo ya que representan el placer de observar la puesta de un sol rojizo en un mar. Excepto el fondo blanco, el texto en negro para que sea fácil leer a los usuarios. Los enlaces irán del mismo color azul y hay cajas de contenido marcadas con el primer color para resaltar, sobretodo en el pie de página.

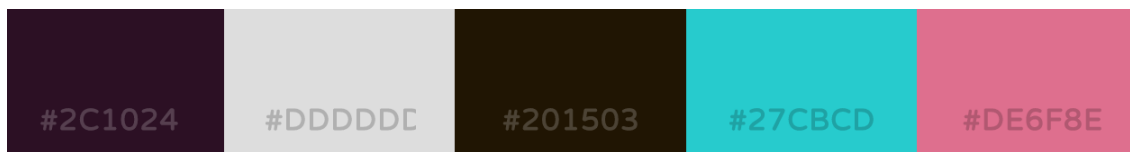


Imagen 36 - Paleta de colores utilizada.

7 Implementación

7.1 Wordpress como base de la web

Después de estudiar la diferentes posibilidades para implementar visitamundo, se ha decidido que la mejor opción sea crear como base un Wordpress. Las diferentes opciones eran:

- **Web desde cero:** Empezar un proyecto desde cero tiene ventajas e inconvenientes. La gran ventaja es que uno mismo puede crear la web como desee, siguiendo su propio diseño y estructura. Pero el gran inconveniente es que no hay documentación más que puedas hacer tu. Estás expuesto a ataques externos, a menos que desarrolles un sistema de seguridad. Otro inconveniente es que también debes crear la base de datos, conexiones y demás mecanismos de administración si se desea tener un control mínimo de lo que sucede.



Imagen 37 - Logotipo de Joomla!

- **Usar Joomla:** Joomla, al igual que Wordpress, es un gestor de contenidos multiusuario en PHP y MySQL. Fácil de implementar y rápido. Pero a diferencia de Wordpress se ha quedado atrás en cuanto a diseño y funcionalidades. Por lo que utilizar Wordpress hará que sea más atractivo.



Imagen 38 - Logotipo de Wordpress.

- **Usar Wordpress:** Wordpress es un gestor de contenidos desarrollado en PHP para entornos que ejecuten MySQL y Apache y liberado bajo licencia GPL. Su característica más destacable es su facilidad de uso y la gran cantidad de plugins y plantillas que ofrece.

Para la elección, se estudiaron otros gestores de contenidos como Drupal, TikiWiki o Plone que se descartaron por la gran cantidad de oferta de plugins y plantillas que ofrecían Joomla o Wordpress.

El gestor de contenidos elegido fue Wordpress que ofrece un panel de administración fácil e intuitivo. También ofrece la posibilidad de utilizar mucha variedad de temas *responsive* que era uno de los objetivos principales. Ya que la web se tendría que visualizar desde cualquier tipo de dispositivo. Otra de las características fundamentales era que permitiera añadir nuevas plantillas a través del código fuente para la integración de las APIs como Instagram o Google Maps. Y por último Wordpress era el que tenía más variedad de plugins que permitían conseguir los objetivos marcados.

Para la instalación se ha utilizado la versión Wordpress 4.0.1 y se ha instalado en un alojamiento gratuito con PHP y MySQL, llamado Hostinger: <http://www.hostinger.es/>.

7.2 Elección de la plantilla de Wordpress

Se ha utilizado el tema de Amielucha (<https://profiles.wordpress.org/amielucha/>) llamado "Customizr". Se ha elegido porque era compatible con todos los plugins instalados.

Se ha añadido el plugin del Slider que muestra fotos de lugares de la web con contenido con licencia Creative Commons Zero llamado www.unsplash.com. Estas imágenes darán una apariencia e inspiración que intentarán provocar al usuario el placer de viajar.

El propio tema Customizr de Wordpress ya es responsive y por lo tanto simplemente se debe seguir sus estilos y estructuras para no romper esas correctas proporciones.

Debido a el uso de plantillas o temas de Wordpress, diferentes cambios en las API's que se usan que han hecho rehacer parte de la estructura y diseño los wireframes que se mostrarán.

7.3 API's utilizadas

7.3.1 API de Instagram



Imagen 39 - Logotipo de Instagram

La API de Instagram se ha incluido a través una nueva plantilla de Wordpress. Se ha modificado el código fuente de esta plantilla para que permita incluir un buscador de imágenes de Instagram y así poder contactar con esos usuarios.

Para utilizar la API de Instagram se introducirán los datos de configuración que nos asignan desde su web:

```
Instagram.Config = {  
  clientID: '3e148783f7bc47c39e1dfa',  
  apiHost: 'https://api.instagram.com'  
};
```

Imagen 40 – Datos de configuración

La dirección que se generaría sería la siguiente de donde se obtendría la información necesaria:

```
url = config.apiHost + "/v1/tags/" + tag +  
"/media/recent?callback=?&client_id=" + config.clientID;
```

Imagen 41 - Dirección donde se obtiene información

En este caso se pasan por parámetro la configuración y el parámetro “tag” sería el parámetro que introduciría el usuario en el buscador o un valor por defecto que podría ser “visitamundo” que mostraría todas las fotos que los usuarios hubieran etiquetado como “visitamundo”.

A continuación se muestra la información que se obtiene de la API:

- **Count:** es el número de *likes* o “me gusta” que tiene la foto.
- **Username:** nombre de usuario.
- **Avatar:** imagen del usuario.
- **Photo:** fotografía que ha publicado.

- **Url:** es la dirección de la fotografía.

```
count: photo.likes.count,  
username: photo.user.username,  
avatar: photo.user.profile_picture,  
photo: photo.images.low_resolution.url,  
url: photo.link
```

Imagen 42 - Información que se obtiene de la API de Instagram

Y este sería el resultado donde se visualiza el buscador integrado en una plantilla de Wordpress:

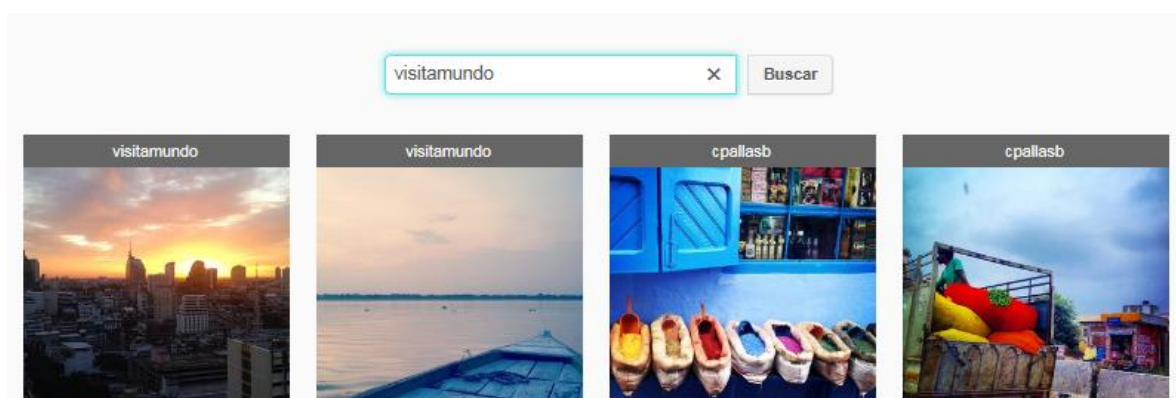


Imagen 43 - Captura de pantalla de inspira.

También se ha creado un widget a través del código para mostrar en la página de inicio un carrusel de imágenes de la red social Instagram que lleven el hashtag **#visitamundo**. Para ello se ha creado un código que conecta con la API de Instagram y recibe solo las imágenes marcadas con este hashtag.

Esta es la visualización del widget de Instagram en la página de inicio:



Imagen 44 - Widget utilizando la API de Instagram

7.3.2 API de Google Maps



Imagen 45 - Logotipo de Google Developers.

Se ha añadido en la misma plantilla que se ha incluido la API de Instagram. A la vez que se buscan imágenes te devuelve un mapa con la ubicación del lugar buscado y se guardan las coordenadas. Estas coordenadas se utilizarán para la API del tiempo. También se podrían obtener las coordenadas de la API de Instagram pero dependes de que el usuario tenga activada la localización en su dispositivo.

7.3.3 API de Open Weather Map

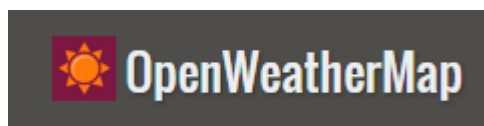


Imagen 46 - Logotipo de OpenWeatherMap.

A partir de las coordenadas que se obtienen de la API de Google Maps se visualiza el tiempo a través de un iframe. Estas coordenadas se obtienen a través de la dirección y se recuperan con la función `<?=$_GET['lat'];?>` y `<?=$_GET['lng'];?>`.

```
<iframe src=
"http://api.openweathermap.org/data/2.5/weather?
lat=<?=$_GET['lat'];?>&lon=<?=$_GET['lng'];?>
&mode=html" width="320" height="320"></iframe>
```

Imagen 47 - Iframe donde se obtiene el tiempo

7.4 Plugins utilizados

7.4.1 BuddyPress



Imagen 48 - Logotipo de BuddyPress.

Web: <https://buddypress.org/>

Plugin de Wordpress para crear una red social. El plugin crea la posibilidad de inscribir nuevos usuarios para que puedan crear nuevas entradas a las que se ha especificado una categoría de Wordpress y por ello aparecerán como experiencias y no como entradas del blog.

Por otro lado, cabe destacar que nunca se publicaran las experiencias directamente, siempre pasaran por un moderador administrador que decidirá si la experiencia está bien redactada o no.

También permite la posibilidad de que los usuarios creen grupos y puedan formar parte de otros. Crear relaciones de amistad entre ellos y enviarse mensajes privados.

Para ello este plugin crea nuevas tablas en la base de datos y modifica la estructura de la web pero a la vez te ofrece widgets y contenido para poder acabar de crear una red social.

7.4.2 CP Google Maps

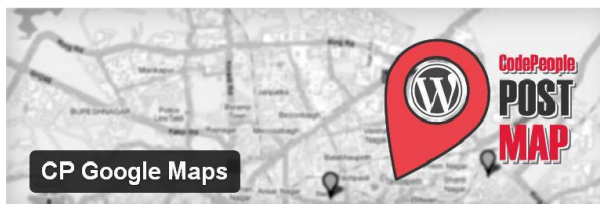


Imagen 49 - Banner de CP Google Maps

Web autor: <http://www.codepeople.net/>

Este plugin es el que ofrece la posibilidad de mostrar un mapa de forma automática en cada entrada con solo escribir el lugar o las coordenadas en la entrada que se va a publicar.

7.4.3 Google XML Sitemaps



Imagen 50 - Banner de Google XML Sitemaps.

Web autor: <http://www.arnebrachhold.de/>

Web plugin: <https://wordpress.org/support/plugin/google-sitemap-generator>

Este plugin nos ayuda a posicionar mejor visitamundo en Google. Al instalarlo y configurarlo mantiene actualizado el *sitemap* o “mapa de sitio” de tu sitio web para que Google y otros buscadores rastreen mejor tu sitio web.

7.4.4 Jetpack por WordPress.com



Imagen 51 - Logotipo de Jetpack Plugin.

Web autor: <http://jetpack.me/>

Este plugin ofrece a la página multitud de opciones y widgets para mostrar contenido, seguir estadísticas de visita y formato de entradas.

7.4.5 Rating-Widget: Star Rating System



Imagen 52 - Banner de Rating Widget.

Web autor: <http://rating-widget.com/wordpress-plugin/>

Este plugin permite a la web dotar de valoración en las entradas para que los usuarios voten las mejores experiencias o entradas del blog. Gracias a este plugin se puede elegir la experiencia más valorada o la mejor entrada del blog. En un futuro cuando haya muchas experiencias puede ayudar a ordenar las experiencias y dar prioridad a las mejor valoradas.

7.4.6 Shortcodes Ultimate



Imagen 53 - Logotipo de Shortcodes Plugin.

Web autor: <http://gndev.info/>

Web plugin: <http://gndev.info/shortcodes-ultimate/>

Este plugin es de los más utilizados en esta web ya que a partir de *shortcodes*, o pequeños trozos de código nos permite mostrar contenidos en diferentes zonas de la web, como por ejemplo en entradas, en páginas, dentro de widgets o espacios de la web.

7.5 Estadísticas y publicidad

7.5.1 Google Analytics

Se ha utilizado Google Analytics para hacer un seguimiento de las estadísticas.

Se ha incluido el código de seguimiento en el fichero de la plantilla footer.php para generar las estadísticas en todas las páginas.

```
<script>
    (function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
    (i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
    m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
    })(window,document,'script','//www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

    ga('create', 'UA-58254066-1', 'auto');
    ga('send', 'pageview');
</script>
```

Imagen 54 - Código de seguimiento de Google Analytics.

7.5.2 Publicidad

Para asegurar la viabilidad económica del sitio web se insertará publicidad. En un inicio no aparecería publicidad y cuando la web sea más conocida se añadiría.

A continuación se muestran dos ejemplos de posibles inserciones de publicidad. En el primer ejemplo introduzco en una experiencia de Tailandia posibles ofertas de hoteles de la zona.

Inicio » Experiencias » Festival de luz en Tailandia

Festival de luz en Tailandia

Entrada publicada en Experiencias el diciembre 18, 2014 por Cristina



Después de ver un atardecer perfecto en las maravillosas playas de Tailandia, vas a cenar en una de esas terrazas. Pides tu Pad-thai con una cervecita fresca y de repente alzas la vista al cielo y... es un OVNI, un avión? No son las linternas de papel o farolillos de Tailandia.

En las playas por la noche muchos lugareños se ganan una sonrisa de parejas que encienden un farolillo y cogidos de la mano ven como se aleja en el horizonte por muy poco dinero. Ellos mismos la encienden y te la entregan. Tu puedes dejarles tu cámara de fotos y te hacen un buen reportaje.

Si la experiencia te gusta, puedes ir en la festividad de Yee Peng (Luna vieja de noviembre) en Chiang Mai o en cualquier playa turística donde podrás ver miles de farolillos iluminando el cielo.



Guía de viaje Krabi
522 Hoteles
desde 15 €



Hoteles Ao Nang
235 Hoteles
desde 16 €



Hoteles Isla Koh Lanta
522 Hoteles
desde 15 €

Imagen 55 - Ejemplo de inserción de publicidad en las experiencias

Y en este otro ejemplo añadido en una entrada del blog en la zona de la derecha abajo ofertas de vuelos a Singapur.

Inicio » Blog » 3 destinos para visitar este 2015

3 destinos para visitar este 2015

Entrada publicada en Blog el enero 8, 2015 por Lucas



Descubre lugares que pueden ser interesantes visitar este 2015 si no los has visitado nunca y si ya has estado pueden ser una buena opción para descubrir nuevos lugares.

Singapur

Este año Singapur cumple 50 años de su creación desde que se independizó en 1965. Aunque sus mercadillos, sus parques o su gente llevan atrayendo desde hace tiempo a viajeros de todo el mundo, nuevas construcciones hacen de Singapur una ciudad de otro nivel. Están el complejo de Marina Bay Sands que tiene forma de barco. Un parque futurista que se llama Gardens by the Bay. Y este año se va a celebrar la 28ª edición de los Juegos del Sureste Asiático o sea que será un buen año para visitar Singapur.

Lituania

Des del 1 de enero ya se pueden usar euros en Lituania por lo que será mucho más fácil moverse por el país. Lituania cuenta con una extensa franja de arena que llega hasta Rusia con dunas móviles, las mayores de Europa. Cuenta con una capital con

Entradas recientes

- » 3 destinos para visitar este 2015
- » Te atreves a hacer couchsurfing?
- » Nadar con tortugas en Akumal
- » Festival de luz en Tailandia
- » 3 alternativas para pasar un fin de año inolvidable



Singapur, Singapur - 378 €
Vuelos directos (más de 5 a 42 días)



Imagen 56 - Ejemplo de inserción de publicidad en el blog

8 Conclusiones

Durante la realización de este proyecto han ido surgiendo diferentes problemas que han ido modificando la implementación. En un inicio se pensaba utilizar diferentes APIs de redes sociales ya existentes, pero una vez que se empezó a contactar con las diferentes redes sociales se encontraron diferentes problemas, como por ejemplo Tripadvisor que comunicó que si se trataba de un proyecto académico no se podía utilizar su API ya que sólo se puede utilizar por empresas con fines comerciales u otras empresas que tardaban en contestar lo que provocaba un retraso en una planificación marcada como es la de un proyecto final de carrera donde existen unos plazos y hay que cumplirlos. Así que como conclusión es difícil realizar un proyecto dependiendo de que otras empresas te den el consentimiento y poder cumplir con la planificación planteada.

Respecto a los objetivos iniciales considero que sí se ha podido cumplir el objetivo principal dado que consistía en crear una aplicación web que fuera útil para planificar un viaje y encontrar información, inspiración y poder contactar con otras personas. Además los usuarios pueden ver diferentes experiencias que los mismos usuarios pueden aportar y puedes conocer a gente nueva con la que puedes contactar.

Se han utilizado colores y tonos muy suaves para ofrecer una experiencia positiva en los usuarios que utilizan dicha aplicación. Se ha intentado dar un aspecto abierto controlando los márgenes de cada caja de contenido para que fluyan entre ellos.

Utilizando la API de Instagram para poder mostrar fotos de los usuarios se proporciona inspiración sobre lugares, eventos, escapadas o posibles viajes. Los usuarios de visitamundo también pueden introducir sus experiencias y votar por las que ya hay para mostrar así las mejores experiencias y así inspirar a nuevos usuarios para encontrar su destino.

Habiendo creado un sitio web hace que sea accesible desde cualquier lugar que tenga conexión. La web dispone de un diseño adaptable por lo que en cualquier dispositivo se podrá ver perfectamente sin que el usuario deba buscar un ordenador cerca para poder usar la web. Se ha buscado un diseño fácil de usar, rápido e intuitivo.

La web dispone de una sección donde los usuarios se pueden registrar y encontrar otros amigos para planificar y hacer un viaje, escapada o actividad. Estos usuarios pueden crear amistad con otros para así poder estar en contacto, crear grupos en los que otros usuarios se podrán apuntar, compartir sus experiencias y votar las de otros usuarios. En definitiva se ha creado una red social para viajeros.

La web dispone de un blog donde semanalmente se irán publicando artículos de interés para los viajeros.

9 Futuras mejoras

Llegado a este punto, donde se ha creado una aplicación en la que los usuarios podrán buscar lugares y obtener información mediante comentarios, ubicaciones en el mapa o otros enlaces y experiencias de otros usuarios, se han pensado diferentes futuros proyectos para mejorar y ampliar la aplicación que fueron surgiendo durante la realización del proyecto.

A continuación se detallan cuáles serían:

- Creación de una APP móvil y así obtener el geoposicionamiento de los usuarios que facilitará la personalización de experiencias a través de la ubicación.
- Creación de un nuevo apartado donde los usuarios puedan introducir sus diarios de viaje.
- Añadir un apartado donde se visualicen opiniones de hoteles o restaurantes.
- Crear una sección que avise a los usuarios de la red social de vuelos baratos.
- Creación una utilidad con realidad aumentada que permita a los viajeros descubrir cómo eran los sitios de interés hace años.

Bibliografía y recursos en línea

- **Asociación Interacción Persona-Ordenador.** [En línea] Disponible en: <http://www.aipo.es>
(Consultado: 16 de noviembre del 2014).
- **API de Google Maps:** [En línea] Disponible en: <https://developers.google.com/maps/?hl=es>
(Consultado: 15 de noviembre del 2014).
- **Aroundme.** [En línea] Disponible en: <http://www.aroundmeapp.com/>
(Consultado: 17 de octubre del 2014).
- **Booking** [En línea] Disponible en: <http://www.booking.com>
(Consultado: 8 de noviembre del 2014).
- **Clarísó, R.** (2013) “Introducció al treball final”. Apunts de la Universitat Oberta de Catalunya. Veure l’apartat “materials i fonts” de l’aula.
- **Diana.** [En línea] Disponible en: <http://dianaapp.com/>
(Consultado: 17 de octubre del 2014).
- **Fieldtripper.** [En línea] Disponible en: <http://www.fieldtripper.com/>
(Consultado: 17 de octubre del 2014).
- **Gantter.** [En línea] Disponible en: <http://www.gantter.com>
(Consultado: 30 de octubre del 2014).
- **Gogobot.** [En línea] Disponible en: <https://itunes.apple.com/bn/app/gogobot/id459590827?mt=8>
(Consultado: 17 de octubre del 2014).
- **Google Analytics.** [En línea] Disponible en: <http://www.google.es/intl/es/analytics/> (Consultado: 12 de enero del 2015).
- **Hostinger.** [En línea] Disponible en: <http://www.hostinger.es/> (Consultado: 12 de enero del 2015).
- **Instagram developers.** [En línea] Disponible en: <http://instagram.com/developer/>
(Consultado: 15 de noviembre del 2014).
- **Lorés, J.; Granollers, T.** (2004). La ingeniería de la Usabilidad y de la Accesibilidad aplicada al diseño y desarrollo de sitios Web. Universitat de Lleida, servicio de publicación.
- **Mtrip.** [En línea] Disponible en: <http://www.mtrip.com/travel-guide/>
(Consultado: 17 de octubre del 2014).
- **Poedit.** [En línea] Disponible en: <http://poedit.net/> (Consultado: 7 de enero 2015).
- **Rain Alarm.** [En línea] Disponible en: <http://www.rain-alarm.com/>
(Consultado: 17 de octubre del 2014).
- **Rodríguez, J. R.** (2013) “El treball final com a projecte”. Apunts de la Universitat Oberta de Catalunya. Veure l’apartat “materials i fonts” de

l'aula.

- **Rodríguez, J. R.** (2013) “La gestió del projecte al llarg del treball final”. Apunts de la Universitat Oberta de Catalunya. Veure l'apartat “materials i fonts” de l'aula.
- **Sáenz, N.; Vidal, R.** (2008) “Redacció de textos científicotècnics”. A: Treball final de carrera. Pérez, A.; Bataller, A.; Beneito, R.; Sáenz, N.; Vidal, R. Apunts de la Universitat Oberta de Catalunya. [En línia] Disponible en: http://materials.cv.uoc.edu/cdocent/8QROP4G6IXT6ND3J1_XE.pdf (Consultado: 5 de octubre del 2014).
- **Stat Counter Global Stats.** [En línia] Disponible en: <http://gs.statcounter.com/> (Consultado: 10 de noviembre del 2014).
- **SiteOrigin.** Tema Vantage para Wordpress. [En línia] Disponible en: <https://siteorigin.com/> (Consultado: 10 de diciembre del 2014).
- **Tripadvisor** [En línia] Disponible en: <http://www.tripadvisor.com> (Consultado: 8 de noviembre del 2014).
- **Tripit.** [En línia] Disponible en: <https://www.tripit.com/> (Consultado: 17 de octubre del 2014).
- **Triposo.** [En línia] Disponible en: <http://www.triposo.com> (Consultado: 17 de octubre del 2014).
- **Unsplash.** Fotografías libres de licencias. [En línia] Disponible en: <http://unsplash.com> (Consultado: 30 de diciembre del 2014).
- **Wordpress.** [En línia] Disponible en: <https://www.wordpress.org> (Consultado: 23 de diciembre del 2014).

