

MY ERASMUS

GESTIÓN DEL SOFTWARE II

Aarón Hernández Álvarez
Santiago Abraham Izquierdo Cubas

Contenido

I.	Descripción del producto	2
II.	Estado del arte, mercado y competencia	3
	Análisis de la competencia	4
	ErasmusU	4
	Erasmus+	5
	Fuentes de ingreso	6
	Interesados	7
III.	Guion de la entrevista sobre problemas.....	8
	Introducción.....	8
	Preguntas.....	8
	Historia	8
	Clasificación del problema.	9
	Exploración del punto de vista del entrevistado.	9
IV.	Guion de la entrevista de soluciones	10
	Parte I. Presentación del prototipo.....	10
	Parte II. Preguntas que realizar durante de la prueba	10
	Parte III. Preguntas que realizar después de la prueba con el cliente	10
	Parte IV. Cierre de la entrevista.....	10
	Parte V. Coste de la aplicación para el usuario (Estudiante).....	11
	Clasificación del problema.	11
	Exploración del punto de vista del entrevistado.	11
V.	Bibliografía.....	12
VI.	ANEXO: Diagramas y Lienzos empleados	13

I. Descripción del producto

La aplicación permitirá que cualquier estudiante que participe en el programa Erasmus puedan obtener unas facilidades a la hora de emprender su viaje. Nuestra aplicación permitirá a los alumnos encontrar todo tipo de alojamientos tanto pisos compartidos como residencias públicas y privadas.

Además, se podrá ver el calendario de la propia universidad de destino con las distintas actividades que se desarrollarán a lo largo del curso. Los usuarios podrán saber de asociaciones como ESN (Erasmus Student Network) para conocer a personas del país al que dicho usuario viajará y a otros usuarios que también viajarán a ese país de intercambio ese año.

II.Estado del arte, mercado y competencia

Actualmente, existen aplicaciones que informan a los beneficiarios del Programa Erasmus, entre otras cosas, zonas de alojamiento, alquiler de pisos o clases particulares. La más destacable es ErasmusU (Plataforma ErasmusU), que además de incluir las funcionalidades ya descritas, permite localizar pisos a compartir por búsqueda de ciudades concretas, localizada en una franja temporal determinada. Tras enviar los datos, muestra en tiempo real en Google Maps los diversos pisos que cumplen con la condición, y una lista que incluye el precio y recomendaciones de anteriores usuarios. Sin embargo, posee una tarifa de membresía para disfrutar de todos los beneficios.

Además, los usuarios tienden a utilizar tableros de anuncios, grupos en redes sociales, y referencias de compañeros que ya se fueron de Erasmus, para organizar las opciones relacionadas con este programa, como la elección de centro de estudio, asignaturas y habitación a compartir.

Con la aplicación pretendemos evitar las prácticas descritas en el anterior punto, mejorando la experiencia con un enfoque más social. Tras iniciar sesión en nuestra aplicación, se habilitarán ventajas, como la búsqueda de usuarios específicos, chat en tiempo real, formación de grupos, y beneficios por ser miembros de dicha aplicación, como descuentos exclusivos en las empresas colaboradoras. Sería un enfoque más cercano a una red social destinada principalmente para los alumnos de Erasmus, tanto actuales como anteriores, sin necesidad de pagar una membresía para ello.

Análisis de la competencia

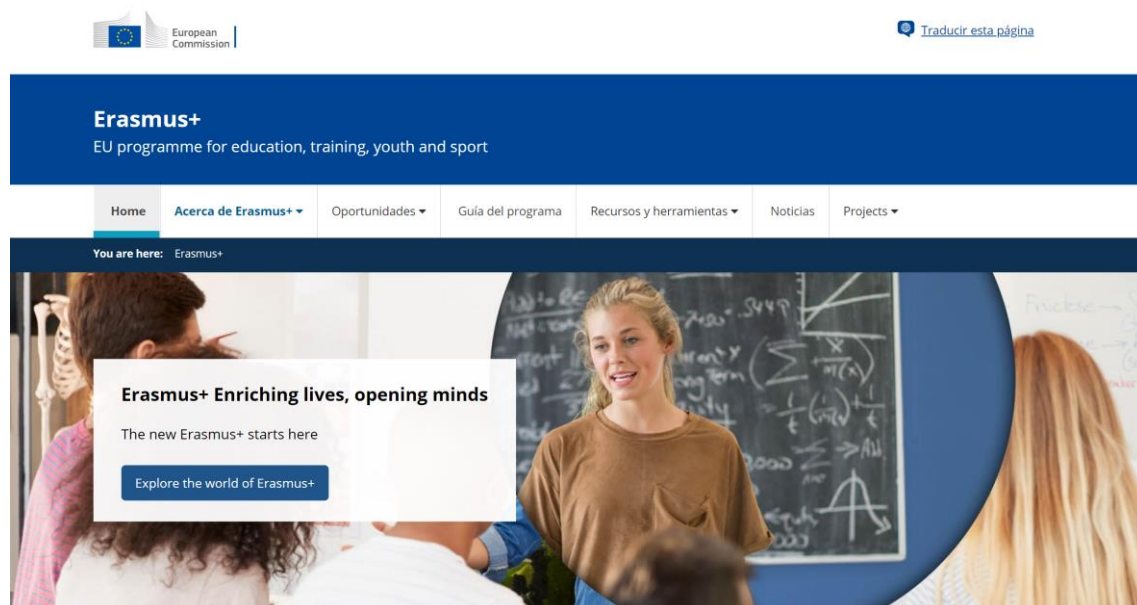
ErasmusU



- Nombre de la empresa: erasmusU.
- Productos o servicios que ofrece: erasmusU ofrece un portal para la comunicación de personas que vayan a hacer el erasmus europeo. Dentro de la página se pueden encontrar secciones de foros, preguntas, búsqueda de pisos de alquiler, lugares que visitar, experiencias que vivir, trabajos y másteres entre otras cosas.
- Aspecto general de la página: la página presenta un aspecto limpio apostando por el clean design y secciones separadas claramente diferenciables, su esquema de color se basa en el azul y amarillo para realce con el blanco como color predominante y el negro para el texto, usando los colores de referencia del propio programa Erasmus. La cohesión del estilo de la página es baja debido a que algunas secciones, como el header o el footer tienen un aspecto fresco y limpio, pero el cuerpo principal está plagado de texto y de hipervínculos.
- Nº de links hasta llegar al registro: dos, sería uno pero, curiosamente, nos pregunta si aceptamos las políticas de uso de la aplicación antes de registrarnos, cuando normalmente es al revés, se pregunta al final del registro.
- Formato del registro: nº total de campos del formulario, nº de campos obligatorios: el registro principal, consta de 4 campos obligatorios: nombre, apellidos, correo y contraseña.
- Compara las webs e indica qué características te parece importante incorporar a la de tu grupo y porqué: la cantidad de opciones que ofrece, pese a ser algo limitada, nos interesaría en especial, la gran cantidad de anuncios de alojamientos que ofrece y el sistema de foros.

MY ERASMUS

Erasmus+



- Nombre de la empresa: Erasmus+
- Productos o servicios que ofrece: Erasmus+ es una página primordialmente informativa en la que podemos encontrar mucha información acerca del programa erasmus, como las distintas oportunidades a las que se puede acceder, herramientas y recursos, etc.
- Aspecto general de la página: la página presenta un aspecto muy limpio y diáfano con grandes fotos en vez de textos y botones anidados que nos permiten acceder a otros contenidos relacionados, en vez de poner los contenidos directamente y sobrecargar la escena.
- N° de links hasta llegar al registro: no requiere de registro.
- Formato del registro: n° total de campos del formulario, n° de campos obligatorios: no requiere registro.
- Compara las webs e indica qué características te parece importante incorporar a la de tu grupo y porqué: de esta página nos gustaría incorporar el estilo visual pues es limpio y formal, además de todos los contenidos informativos que incluye que, de cara a empezar a investigar sobre qué es el programa Erasmus, viene muy bien.

Fuentes de ingreso

En cuanto a la financiación de nuestro proyecto, hemos optado tener en su mayoría una versión gratuita para fomentar su uso, ya que entendemos que nuestro target, al ser estudiantado, no deseará pagar por una aplicación teniendo ya otras ofertas gratuitas. En cuanto a la manera de obtener beneficios contaremos con anunciantes geolocalizados, que pertenezcan a diferentes sectores de ámbito local e internacional como pueden ser: restaurantes, residencias, discotecas, eventos, etc.

Por otro lado, también consideramos como medio de financiación subvenciones por parte de organismos institucionales e instituciones públicas como puedan llegar a ser: Fondo Europeo, Ministerio de Ciencia e Innovación y Gobierno de Canarias.

- Financiación de la UE juventud: cofinanciación de proyectos que fomenten la participación ciudadana y actividades multiculturales (Web Oficial de la Unión Europea).
- Programa horizonte 2020: Financiación de proyectos para investigación e innovación (Plan de Incentivacion Horizonte Europa, 2021).
- Ayudas del Ministerio de ciencia e innovación (Plan de Choque para la Ciencia y la Innovación, 2021).
- Gobierno de canarias: Proyectos de inversión de pequeñas y medianas empresas, Subvención promoción de la igualdad y el respeto a la diversidad, subvención DIGINNOVA (Convocatoria de subvenciones Diginnova 2021).

Además, hemos decidido optar, por el uso del “boca a boca” y permitir la financiación a través del *crowdfunding* mediante plataformas como Patreon o GoFundMe para poder obtener cierto fondo de respaldo para los primeros meses.

Por último, nuestra aplicación estará disponible para su uso a través de dispositivos móviles, la cual se podrá descargar en los portales de aplicaciones de cada plataforma (Android, iOS).

Interesados

Dentro de los interesados de la aplicación podemos identificar los siguientes:

Estudiantes de intercambio: aquellos estudiantes que van a participar en algún programa de intercambio en algún lugar y desean usar la aplicación para actividades culturales, sociales o buscar alojamiento, etc. Podrán escoger, aparte de la zona de destino, recibir notificaciones de eventos de lugares adyacentes o de interés.

Arrendatarios: Aquellos usuarios que desean usar la aplicación para publicar ofertas de alquiler de sus inmuebles, de manera que los estudiantes puedan ponerse en contacto con ellos. La formalización de los contratos de alquiler será externa a la aplicación.

Empresas: Colectivo cuya actividad en la aplicación se centrará en anunciarse, de manera que su clientela se vea aumentada. Podrán promocionarse en la aplicación a través de un sistema de anuncios, en el cual aparecerán más o menos destacados, en función al nivel de suscripción.

Universidades: Este tipo de usuarios utilizaran la plataforma para publicar eventos o actividades relacionadas con la propia institución. Los eventos aparecerán únicamente para aquellos alumnos que estén cursando su periodo de intercambio en dicha universidad.

III. Guion de la entrevista sobre problemas

Introducción

Muchas gracias por su tiempo. Estamos desarrollando una aplicación destinada a estudiantes erasmus. La idea surgió después de observar los inconvenientes existentes tras haber participado en susodicho programa, en especial la falta de cohesión en las fuentes de información.

Queremos asegurarnos de que nuestra aplicación solventa estos inconvenientes, por lo que nos gustaría comprobar si el estudiantado que está planteándose hacer la movilidad, o que ya está participando en ella, está experimentando los mismos problemas.

El procedimiento es el siguiente. Comenzaré describiendo los problemas que queremos abordar y ustedes confirmarán si han experimentado alguno de ellos. Les recuerdo que hablamos un proyecto en desarrollo y que el objeto de esta entrevista es aprender de ustedes. ¿Les parece bien?

Preguntas

Antes de hablar de los problemas me gustaría

- ¿Qué edad tienen?
- ¿Estudian carrera o ciclo formativo?
- ¿Han participado en el programa Erasmus?
- ¿Tienen pensado participar?
- ¿Consultan las fuentes de información oficiales habitualmente?
- ¿Les parecen accesibles?
- ¿Han tenido dificultades para obtener la documentación necesaria?
- ¿Con qué aspecto?

Historia

Muy bien, gracias por sus respuestas. Ahora me gustaría hablarle de los problemas que queremos solucionar.

Cuando me fui de Erasmus, lo primero que me encontré fue una experiencia de usuario terrible. Los documentos para cumplimentar estaban distribuidos por varias páginas, nadie me dejaba claro a quién debía de mandarla qué documento para que me lo rellenase, y en general, los encargados de guiarme y ayudarme en el proceso de rellenado de información se mostraban lentos y poco cooperativos en muchos casos. Al final del día la ansiedad me comía y fueron unas semanas muy estresantes hasta que, por fin, terminé de entregar todos los documentos requeridos por ambas universidades, origen y destino. Irse de Erasmus es una experiencia increíble, pero a mí, la experiencia, se me vio

MY ERASMUS

un poco lastrada debido a este caos que supone la fase más administrativa del Erasmus.

¿Os ocurre lo mismo?

Clasificación del problema.

- ¿Cómo calificarían la búsqueda de información para el lugar de destino?
- ¿Has tenido dificultades a la hora de cumplimentar los distintos formularios requeridos?
- ¿Te ha resultado complicado encontrar actividades que hacer en tu ciudad/país destino?
- ¿Sientes que podrías haber hecho más cosas que las que hiciste debido a falta de información?
- ¿Qué te hubiera gustado saber de la universidad/ciudad destino antes de ir?
- ¿Qué opinas de la organización administrativa del programa Erasmus+?

Exploración del punto de vista del entrevistado.

- ¿Qué fuentes consultaste para acceder a la información?
- ¿Cómo has abordado la relación con la universidad destino?
- ¿Cómo fue el proceso de unirse a actividades programadas por la Universidad?
- ¿Podrías describir qué métodos usaste para conocer gente nueva los primeros días de tu estancia?

IV. Guion de la entrevista de soluciones

Parte I. Presentación del prototipo

Presentar el prototipo al cliente. Permitirle que lo use de forma libre durante (duración máxima 15 minutos). Valorar los siguientes aspectos:

- Facilidad de uso de obtener la información que busca.
- Comodidad del usuario a la hora de trabajar con la aplicación.
- Reacción del usuario ante el uso de la aplicación.

Solicitar a continuación, de manera educada, que el cliente busque tres aspectos que considere necesarios de la información contenida en la aplicación. Valorar los siguientes aspectos.

- Facilidad de uso de obtener la información que se le ha solicitado
- Reacción del usuario ante el uso de la aplicación.

Parte II. Preguntas que realizar durante de la prueba

- ¿Te sientes cómodo navegando por la plataforma?
- ¿Encuentras dificultades a la hora de entender el contenido de la plataforma?

Parte III. Preguntas que realizar después de la prueba con el cliente

- ¿Te ha sido sencillo encontrar los apartados de instituciones?
- ¿Has tenido alguna dificultad encontrando datos relativos a tu universidad de destino?
- ¿Te ha resultado complejo llegar a los posts de otros alumnos?
- ¿Has experimentado frustración al intentar navegar por la plataforma?
- ¿El sistema de comentarios te parece intuitivo?
- ¿Hay algo en particular que eches de menos?
- A la hora de consultar los destinos conveniados, ¿has echado algo en falta?
- ¿La disposición de la información te ha parecido intuitiva?
- Según tus preferencias, ¿Qué pondrías en primer lugar?
- ¿Cómo describirías la aplicación a alguien que estuviera interesado en ella?

Parte IV. Cierre de la entrevista

- Agradecer al interesado su tiempo.
- Anotar su reacción y aspectos relacionados con el desarrollo de la entrevista su forma de hablar.
- Si pregunta sobre el precio se le informa del coste asociado (ninguno para los estudiantes)

Parte V. Coste de la aplicación para el usuario (Estudiante)

La aplicación será gratuita para el estudiante. No se contemplan pagos por el momento.

Clasificación del problema.

- ¿Cómo calificarían la búsqueda de información para el lugar de destino?
- ¿Has tenido dificultades a la hora de cumplimentar los distintos formularios requeridos?
- ¿Te ha resultado complicado encontrar actividades que hacer en tu ciudad/país destino?
- ¿Sientes que podrías haber hecho más cosas que las que hiciste debido a falta de información?
- ¿Qué te hubiera gustado saber de la universidad/ciudad destino antes de ir?
- ¿Qué opinas de la organización administrativa del programa Erasmus+?

Exploración del punto de vista del entrevistado.

- ¿Qué fuentes consultaste para acceder a la información?
- ¿Cómo has abordado la relación con la universidad destino?
- ¿Cómo fue el proceso de unirte a actividades programadas por la Universidad?
- ¿Podrías describir qué métodos usaste para conocer gente nueva los primeros días de tu estancia?

V. Bibliografía

- Convocatoria de subvenciones Diginnova 2021*. (2021). Recuperado el 17 de Septiembre de 2021, de <https://www.octsi.es/octsi/noticias-del-octsi/diginnova-2021>
- Erasmus Student Network*. (2021). Recuperado el 17 de Septiembre de 2021, de <https://www.esn.org/>
- Innovación, M. d. (2021). *Plan de Choque para la Ciencia y la Innovación*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2021, de <https://www.ciencia.gob.es/site-web/Estrategias-y-Planes/Planes-y-programas/Plan-de-choque-para-la-ciencia-y-la-innovacion.html>
- Innovación, M. d. (2021). *Plan de Incentivacion Horizonte Europa*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2021, de <https://www.ciencia.gob.es/site-web/Estrategias-y-Planes/Planes-y-programas/Plan-de-Incentivacion---Horizonte-Europa.html>
- Plataforma ErasmusU*. (2021). Recuperado el 17 de Septiembre de 2021, de <https://erasmusu.com/es>
- Web Oficial de la Unión Europea*. (2021). Recuperado el 17 de Septiembre de 2021, de https://europa.eu/european-union/about-eu/funding-grants_es

VI. ANEXO: Diagramas y Lienzos empleados

LEAN CANVAS

Title: MyErasmus

Created By: Aarón y Santiago

Date: 15/03/2022

PROBLEM

List your top 1-3 problems.



Instituciones separadas, documentación y procedimientos confusos o sin orientación.

Múltiples plataformas para eventos. (Pueden repetirse incluso)

Diferentes fuentes de información sobre el destino (Universidades, RR.SS, programa Buddies)

EXISTING ALTERNATIVES

List how these problems are solved today



Plataforma ErasmusU (Parcialmente)
Apartados erasmus en las páginas institucionales (Parcialmente)

SOLUTION

Outline a possible solution for each problem.



Centralización del sitio de consulta sobre estos procedimientos, con pasos a seguir.

Sección dedicada exclusivamente a eventos y suscripciones a éstos.

Sección destinada a conocer los destinos que estén conveniados con la aplicación

KEY METRICS

List the key numbers that tell you how your business is doing



Interacciones por días
Eventos publicados por mes
Eventos realizados exitosamente por mes
Opiniones de los usuarios en GoogleAds
Usuarios nuevos por mes

UNIQUE VALUE PROPOSITION

Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention.



Todo lo que necesitas saber para disfrutar de tu movilidad está aquí

HIGH LEVEL CONCEPT

List your X for Y analogy (e.g. YouTube = Flickr for videos)



Como Instagram pero enfocado en la movilidad Erasmus.

UNFAIR ADVANTAGE

Something that cannot easily be bought or copied



Interfaz para tramitar procesos entre diferentes universidades

CHANNELS

List your path to customer (inbound or outbound)



Instituciones educativas
Gestores del programa Erasmus
R.R.S.S
Boca a boca
Plataforma GoogleAds

CUSTOMER SEGMENTS

List your target and users.



Estudiantes en programa ERASMUS
Estudiantes ERASMUS Prácticas
Jóvenes no estudiantes

EARLY ADOPTERS

List the characteristics of your ideal customers



Estudiantes en proceso de tramitación
Estudiantes recién llegados a destino

COST STRUCTURE

List your fixed and variable costs



Mantenimiento de Infraestructura tecnológica.
Costes asociados en asesoría Legal (Protección de Datos).
Costes asociados al proyecto (Salarios y costes directos).
Convenios publicitarios (a considerar)

REVENUE STREAMS

List your sources of revenue



Convenios de publicitación con empresas asociadas
Convenios con universidades
Fondos de la UE para programas de i+D
Subvenciones Nacionales (considerado para el inicio del proyecto)

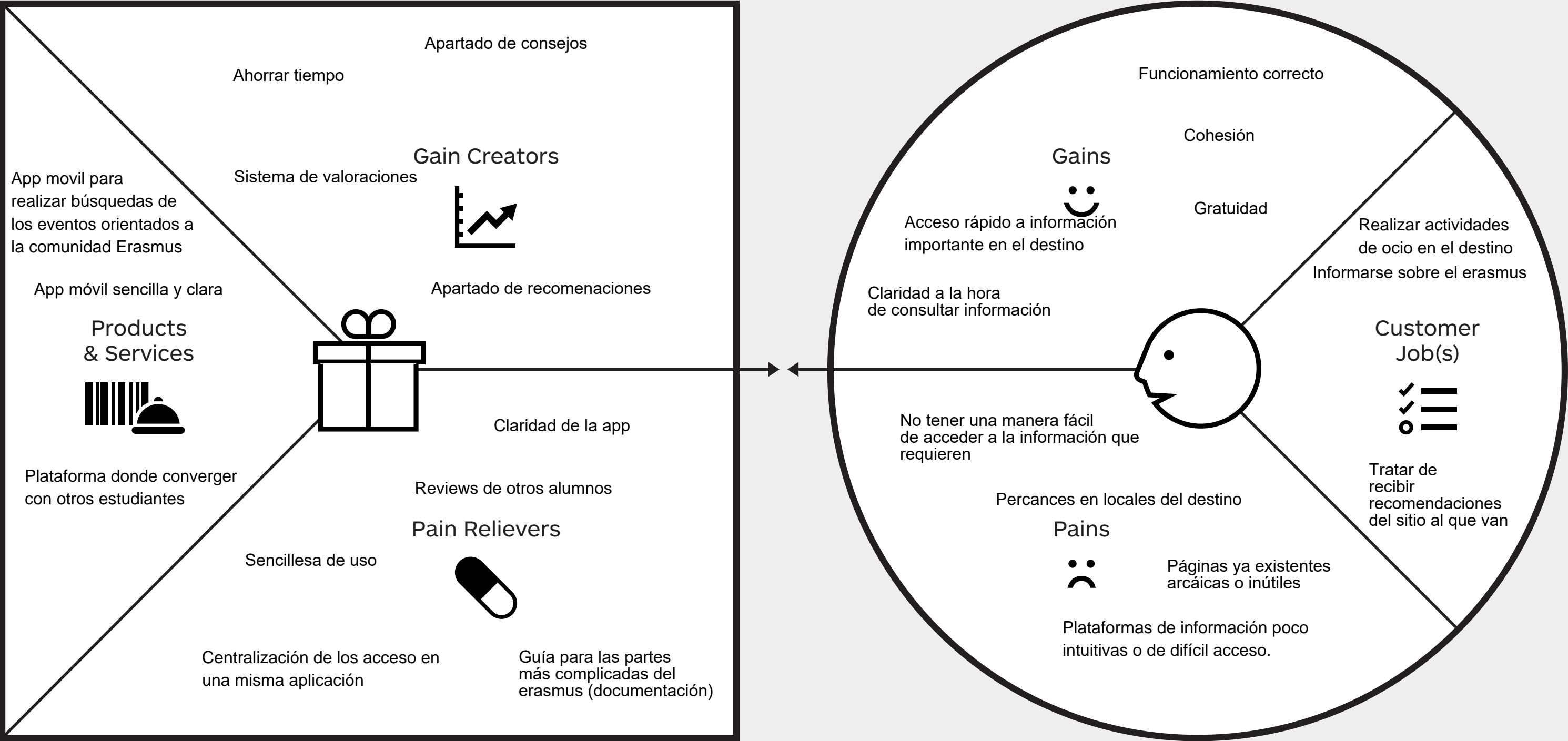
The Value Proposition Canvas

Value Proposition

MyErasmus

Customer Segment

Estudiantes



LEAN CANVAS

Title: MyErasmus

Created By: Aarón y Santiago

Date: 15/03/2022

PROBLEM

List your top 1-3 problems.



Pocas y caras maneras de conseguir engagement con jóvenes

Poca visibilidad de su negocio

EXISTING ALTERNATIVES

List how these problems are solved today



Medio de publicidad como R.R.S.S o panfletos

SOLUTION

Outline a possible solution for each problem.



Solución asequible de acercamiento y publicidad a muchos clientes jóvenes

KEY METRICS

List the key numbers that tell you how your business is doing



Interacciones por días
Eventos publicados por mes
Eventos realizados exitosamente por mes
Opiniones de los usuarios en GoogleAds
Usuarios nuevos por mes

UNIQUE VALUE PROPOSITION

Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention.



Tus anuncios siempre serán vistos por el target al que van dirigidos

Seguridad y respaldo proveniente de la financiación de la UE

HIGH LEVEL CONCEPT

List your X for Y analogy (e.g. YouTube = Flickr for videos)



MyErasmus es el GoogleAds pero orientado a un target específico (jóvenes extranjeros con dinero que gastar) y más barato

UNFAIR ADVANTAGE

Something that cannot easily be bought or copied



Contar con unos usuarios potenciales (estudiantes Erasmus) de decenas de miles de forma periódica

CHANNELS

List your path to customer (inbound or outbound)



Instituciones educativas
Gestores del programa Erasmus
R.R.S.S
Boca a boca
Plataforma GoogleAds

CUSTOMER SEGMENTS

List your target and users.



Empresas de pequeño y mediano tamaño en especial de restauración y entretenimiento

EARLY ADOPTERS

List the characteristics of your ideal customers



Empresas cuyo target objetivo sean gente joven

COST STRUCTURE

List your fixed and variable costs



Mantenimiento de Infraestructura tecnológica.
Costes asociados en asesoría Legal (Protección de Datos).
Costes asociados al proyecto (Salarios y costes directos).
Convenios publicitarios (a considerar)

REVENUE STREAMS

List your sources of revenue



Convenios de publicitación con empresas asociadas
Convenios con universidades
Fondos de la UE para programas de I+D
Subvenciones Nacionales (considerado para el inicio del proyecto)

The Value Proposition Canvas

Value Proposition Myerasmus 2.0 -> Oportunidad para Anunciantes

Customer Segment Empresas locales en ciudades destino

