

# BRIEFING - PEC01

## Grupo Cromá4



76.529 - Metodología y desarrollo de proyectos en red aula 1  
Aida Capó Martí  
Yolanda Escorza Moreno  
Carlos Flores España  
Tarek Kabbani Pérez

# Índice

## Introducción

- 1. Objetivos y mensajes**
- 2. Formato y especificaciones técnicas**
- 3. Contenidos y estructura**
- 4. Look & Feel: qué diseño deberá seguir**
- 5. Estudio de mercado/ casos o ejemplos a seguir**
- 6. Condiciones**
- 7. Breve manual de identidad**

## Bibliografía



# Introducción

Nuestra empresa nace en 1999 como fruto del afán emprendedor de dos entusiastas de la lectura preocupados por la difusión de la cultura y el entretenimiento, los cuales crean un sello editorial especializado en libros para niños de entre 3 y 12 años.

A lo largo de todo este tiempo nos hemos situado a la vanguardia del sector editorial infantil, convirtiéndonos en una referencia dentro del mismo, en la actualidad con presencia en más de 15 países.

## 1. Objetivos y mensajes

### Ideas2Grow: Misión, visión, valores y objetivos

#### Misión

Contribuir a la difusión de la cultura y entretenimiento, creando espacios propicios para el encuentro con el conocimiento a través de la imaginación.

Nuestra misión es la de ser una editorial especializada que, empleando trabajadores comprometidos con el trabajo bien hecho, proporcione libros originales, integradores y apropiados para el desarrollo educativo de los niños y niñas de nuestra sociedad, teniendo en cuenta además de su nivel cognitivo, la enorme exigencia, fidelidad y espíritu crítico de nuestro público.

#### Visión

La visión de Ideas2Grow para los próximos años es "inspirar la imaginación desde la infancia".

Nuestro compromiso es el de transmitir valores a los niños de hoy en día y contribuir en el desarrollo de su imaginación fomentando el hábito de la lectura, el cual, en la sociedad actual, se ha visto desplazado por otros hábitos de entretenimiento.

#### Valores

*Originalidad:* brindar a nuestro público productos originales es nuestra seña de identidad, la cual nos diferencia y nos ha convertido en referencia dentro del sector.

*Responsabilidad social:* Promovemos que nuestros niños y niñas se eduquen y crezcan en la igualdad de género, sin exclusiones, tabús ni imposiciones sociales.

*Innovación:* Trabajamos para evolucionar y adaptarnos a los hábitos de entretenimiento de la sociedad actual.

#### Objetivos

Difundir la cultura y el entretenimiento a través de la lectura.

Fomentar la creatividad y transmitir valores positivos a los adultos del futuro.

#### Problemática actual

Es un hecho que el sector editorial está sufriendo una crisis en la actualidad. Analizando nuestras cifras de ventas y las del sector en general, en un ejercicio de autocrítica hemos llegado a la conclusión de que no estamos ofreciendo lo que nuestro público demanda. Esta crisis parece estar producida principalmente por dos motivos: por la economía y por el ocio digital.

Ha llegado el momento, por lo tanto, de adaptarse a las necesidades reales que el mercado precisa, adecuando la oferta a las nuevas circunstancias de nuestros lectores. Con este objetivo hemos decidido iniciar un nuevo proyecto al cual hemos bautizado con el nombre "Ideas2Grow GO!"



## Necesidades del usuario a satisfacer

El público infantil ve como el libro se aleja de su realidad cotidiana y por ende se aleja de la lectura. Para acercar esta inestimable fuente de conocimiento y cultura se propone crear un producto que permita:

- Mejorar la comprensión lectora mediante la formulación de preguntas al usuario...
- Establecer un vínculo con la lectura de una forma lúdica
- Garantizar a los padres y docentes un medio fiable de contenidos

## 2. Formato y especificaciones

### Ideas2Grow GO!

Con el proyecto "Ideas2Grow GO!" buscamos adaptarnos a los hábitos de ocio actuales de nuestro público. Con este objetivo, queremos introducir en el mercado una aplicación para teléfonos inteligentes y tabletas que contenga, de los ya publicados en papel, algunos de nuestros títulos más demandados (initialmente 20 libros). Asimismo, queremos crear una página web, la cual permita tanto la compra como la lectura de los libros.

Estando abiertos a sus recomendaciones y asesoramiento, queremos que la aplicación cuente con las siguientes premisas:

- La aplicación se desarrollará tanto para Android como para IOS.
- La página web deberá visualizarse correctamente en cualquier navegador. Para esto será necesario respetar los estándares web.
- Se empleará un diseño responsive (responsive design) con el fin de adaptarla a cualquier dispositivo móvil.
- El interfaz tendrá la apariencia de una moderna biblioteca digital.
- La aplicación permitirá realizar la compra de libros desde la biblioteca.
- Los libros deben ser presentados de manera dinámica e interactiva, permitiendo a los usuarios interactuar con su contenido (ilustraciones, personajes...), así como decidir entre diferentes hilos argumentales alternativos.
- Las imágenes deberán tener el formato adecuado para una carga y visualización óptima en la web (JPEG, PNG, GIF y/o GIF animado)
- Los vídeos se deberán de cargar de forma rápida y no saturando los recursos del sistema, para ello se empleará el formato MPEG-4).
- La aplicación contará con un sistema de registro y/o login para usuarios
- La aplicación contará con un área de usuario (mis pedidos, mis datos, mis ...)

## 3. Contenidos y estructura

La aplicación deberá de posibilitar la compra y/o descarga del fondo bibliográfico de "Ideas2Grow GO!", que en principio contará con 20 publicaciones. Además deberá ser sencilla, adaptándose a los usuarios finales que son los niños.



La estructura deberá contener:

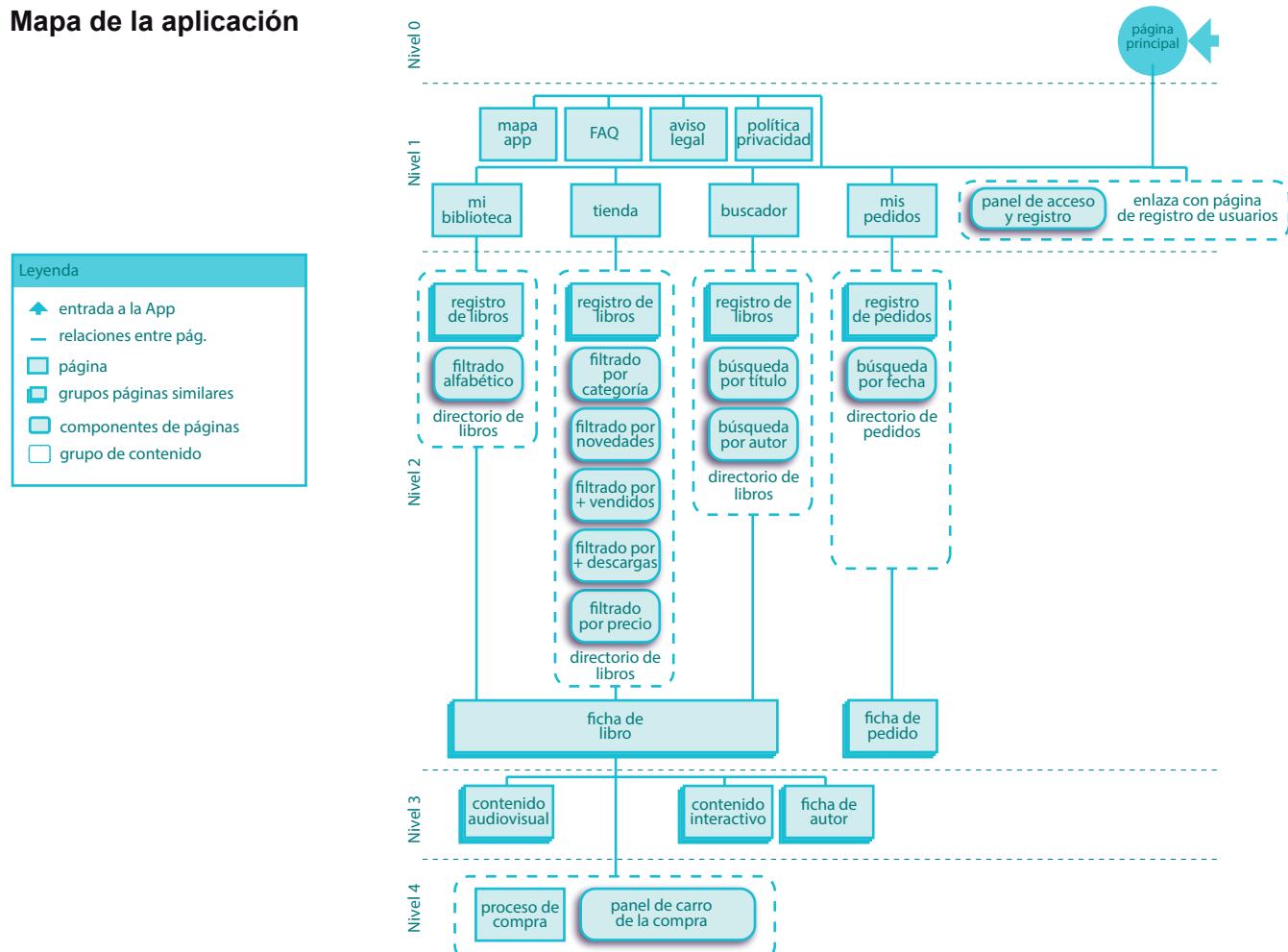
- **Mi biblioteca**: Esta será la página principal contendrá la relación de libros comprados y/o descargados y se podrán filtrar por categorías. De esta forma podremos acceder de forma rápida a nuestros contenidos (que podrían subcategorizarse en: mis pedidos, mis datos, recomendaciones/sugerencias, mis opiniones/reseñas...).
- **Tienda**: Contendrá el fondo bibliográfico "Ideas2Grow GO!". Además su contenido se podrá filtrar por categorías, últimas novedades, los más vendidos y los más descargados, por edades, entre otras opciones.
- **Buscador**: Nos permitirá en cualquier momento realizar una búsqueda.
- **Ficha del libro**: Al seleccionar un libro, mostrará una imagen, portada y descripción del mismo. Nos dará la opción de poder hacer una previsualización breve del mismo, así como, reproducir cualquier material audiovisual que pueda contener. Además, nos permitirá acceder a la opción de compra.
- **Página de compra**: Con identificación de usuario y contraseña, evitando de este modo que los menores puedan adquirir libros sin el permiso parental.

Desde las páginas de **Tienda** y **Buscador** se podrá acceder a la ficha del libro.

El proceso de compra tiene que ser sencillo. Si el usuario no está identificado, no podrá optar a dicha compra.

Los libros serán interactivos, las páginas se podrán pasar como si se tratara de un libro en papel. Como características innovadoras, los niños y niñas podrán interactuar con las ilustraciones, por lo tanto, deberán de contener vídeos, animaciones, imágenes y sonidos, y por otro lado, también podrán decidir diferentes itinerarios de la historia, mostrando algunas opciones a seguir.

## Mapa de la aplicación



## 4. Look & Feel

La app de "Ideas2Grow GO!" tiene que ser responsive y con una interfaz transparente, siguiendo las tendencias del diseño enfocado al usuario.

**Responsive** para que se adapte a cualquier dispositivo móvil.

La interfaz **transparente** con un diseño intuitivo y sencillo, que permitirá a los usuarios su asimilación de forma rápida y sin complicaciones. Los elementos interactivos, estarán dispuestos de tal forma que puedan ser accesibles sin solapamientos, respetando un espacio mínimo entre ellos.

La app tiene que ser muy visual, predominando los iconos frente al texto.

### Logo de la aplicación

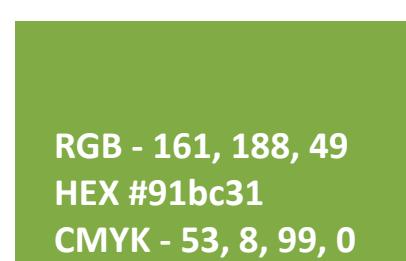
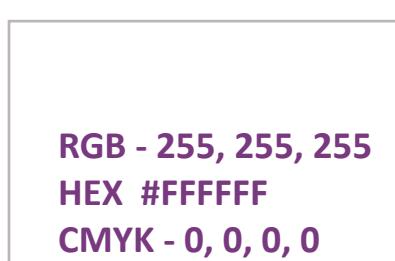
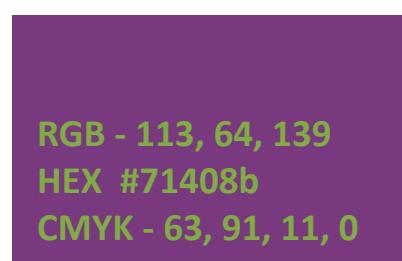
Inspirado en el pasaje de la casa del conejo de 'Alicia en el País de las Maravillas'



### Gama cromática

Los colores serán planos y con sombras que permitan dar profundidad al diseño.

Toda la gama cromática estará basada en los colores empleados en el logotipo, morado, verde y blanco. Éstos serán los que se empleen en la interface, jugando con los parámetros de opacidad e intensidad.



### Tipología de las ilustraciones

El formato de ilustración será claro y legible, y además, se adaptará tanto al tipo de obra (narrativa, pedagógica, etc.) como a la edad de los lectores.



**Ideas2grow GO!**

**La ratita presumida**

Érase una vez, una ratita que era muy presumida.

Un día la ratita estaba barriendo su casita, cuando de repente en el suelo ve algo que brilla... una moneda de oro.

**Mi biblioteca**

- emocionario
- El pollo Pepe
- ADIVINA CUANTO
- TE QUIERO
- el mago de colores
- MAMÁ, ME QUERÍO LOS DEDOS
- HOLA TÍTULO UN LIBRO
- ELMER
- EL BASTÓN MÁGICO

**Tienda**

**Buscador**

**Mis pedidos**

**Atención al cliente**

- [Condiciones de venta](#)
- [Cómo comprar](#)
- [Contacto](#)
- [Política de calidad](#)
- [Mapa web](#)

**Le puede interesar**

- [Blog](#)
- [Catálogos](#)
- [Cupones descuento](#)
- [Rebajas](#)
- [Novedades](#)

**Ideas2grow GO!**

[Aviso legal](#) | [Política de cookies](#)  
(c) 2018

## Tipografía. Tipo de fuentes a utilizar

Deberán ser muy claras y adaptables a los posibles problemas visuales que puedan tener los usuarios (posibilidad de ampliar las fuentes y/o facilitar un efecto lupa).

Para encabezamientos se empleará una tipografía que simule una escritura manual con cierto aire infantil de tipo “Handwriting”, como por ejemplo *Give You Glory*. Para el resto se puede utilizar una tipografía “Sans Serif”, muy legible, por ejemplo *Raleway / Light* para los textos relevantes, *Raleway / Semibold* para las palabras relevantes y *Raleway / Light* con menor tamaño para el resto de textos.

*Give You Glory*  
*La ratita presumida*



**Raleway**

**Hola soy un texto relevante**

Soy una palabra relevante

Hola, soy un texto relevante,  
pero no como el anterior

A a B b C c D d E e F f G g H h  
I i J j K k L l M m N n Ñ ñ O o P p  
Q q R r S s T t U u V v W w X x  
Y y Z z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? & @ % #  
^ \$ " ( ) + - = [ ] : { } < > \_ -



# 5. Estudio de mercado y casos de éxito

## 5.1. Estudio de mercado: competidores

### Principales competidores del producto

- 1) Blue Planet Tales
- 2) PlayTales
- 3) Jakhu Cuentos

### Competidores secundarios

Casa del Libro: a diferencia de nuestro producto, esta aplicación va dirigida al público general, y no ofrece cuentos interactivos. Sin embargo, su contexto se asimila al nuestro: una empresa de renombre que, con el objetivo de adaptarse a los nuevos hábitos de los consumidores, decide crear una aplicación en la que se puedan comprar y leer sus libros.

### Público objetivo al que se dirigen los principales competidores

- Blue Planet Tales: niños de 4 a 10 años
- PlayTales: niños de 4 a 10 años
- Jakhu Cuentos: niños de 3 a 10 años

### Comparación de productos

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<b>Blue Planet Tales</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Temática innovadora: primera plataforma de cuentos infantiles interactivos basados en la historia.</li><li>- Prestigio: ya se utiliza en colegios para enseñar historia, naturaleza y ciencia.</li><li>- Contiene preguntas para fomentar el aprendizaje.</li><li>- Permite puntuar los cuentos y ver la puntuación global del cuento.</li><li>- Precios bajos: 5.49€, 10.99€ y 17.99€ para suscripciones de 1 mes, 6 meses y 1 año respectivamente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Poca variedad: sólo 27 cuentos</li><li>- Problemas en el proceso de carga</li><li>- Ofrece el contenido sólo en 2 idiomas (castellano e inglés).</li><li>- Disponible sólo para tabletas iOS y Android.</li><li>- Las acciones del usuario no modifican la evolución de la historia.</li><li>- Permite interactuar con pocas ilustraciones.</li></ul>
<b>PlayTales</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Interfaz muy atractiva, clara y sencilla.</li><li>- Permite puntuar los cuentos y ver la puntuación global del cuento.</li><li>- Buena categorización de la información: libros ordenados por temática y por puntuación.</li><li>- 5 idiomas disponibles.</li><li>- Gran variedad de cuentos. Nuevos cuentos cada semana.</li><li>- Precios bajos: entre 2.29€ y 4.49€ por libro. Ofrece 2 libros gratis.</li><li>- Permite interactuar con muchas de las ilustraciones.</li><li>- Ofrece 2 modos de lectura: con voz en off o sin ella.</li><li>- Permite activar el “Bloqueo de compras”. Esto ofrece seguridad a los padres.</li><li>- Disponible en smartphones y tabletas iOS y Android.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Las acciones del usuario no modifican la evolución de la historia.</li><li>- No permite cambiar color y tamaño del texto.</li><li>- Su página web no permite comprar o leer libros.</li></ul>



## Jakhu Cuentos

- Gran variedad: más de 40 libros.
- Precio: todos los libros son gratuitos.
- Permite personalizar el cuento añadiendo una foto del niño. El niño se convierte en el protagonista.
- Una misión valiosa: educar en valores.
- Cuenta con una página web en la que se pueden leer los libros.

- Diseño poco atractivo.
- Problemas de usabilidad:
  - . El texto en movimiento dificulta la lectura.
  - . Algunos textos aparecen con un efecto de sombreado que podría dificultar la lectura.
- La respuesta de la aplicación al tocar una ilustración del cuento es siempre la misma; la animación no varía en función del elemento pulsado.

## Casa del Libro

- Gran variedad de libros
- Permite ajustar tamaño del texto, escoger entre 3 tipografías distintas y ajustar el brillo de la pantalla. Se aumenta así la accesibilidad.
- Indica el número de páginas leídas, tanto por escrito como gráficamente.
- Al seleccionar una o más palabras, aparece un menú contextual con 4 opciones: resaltar, agregar nota, Google, Wiki.

- Tanto en tabletas como smartphones, sólo permite acceder a los e-books desde su app de lecturas Tagus (por tanto, obliga al usuario a descargar 2 apps).
- Algunas funciones de Tagus fallan con frecuencia.

## Play Tales



## Blue Planet Tales



## Jakhu Cuentos



Tras esta comparación, destacamos especialmente la importancia de ofrecer un producto que ofrezca más interactividad que sus principales competidores, sin que ello implique un precio mucho más elevado.

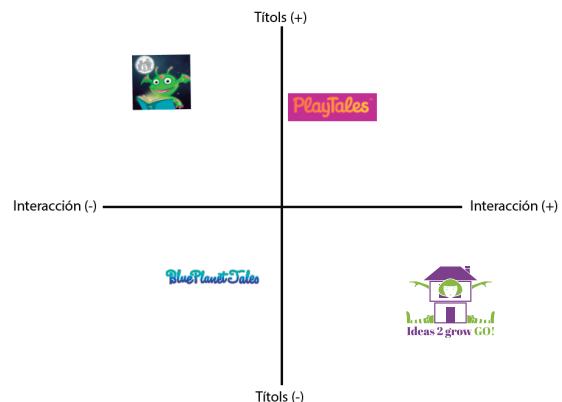
### Mapa de posicionamiento

A continuación, presentamos el mapa de posicionamiento de nuestro producto. Se basa en los 2 parámetros que consideramos más importantes en aplicaciones de cuentos interactivos: el nivel y la calidad de la interacción, y la cantidad de títulos disponibles.

### Nivel y calidad de la interacción: MUY ELEVADO.

El buen posicionamiento de nuestra app en este aspecto es fundamental, ya que es aquello que la diferenciará del resto de aplicaciones del mercado. Con interacción nos referimos no sólo a poder interactuar con las ilustraciones (abrir ventanas, apagar luces, etc.), sino a que las acciones del usuario realmente marquen el flujo de la historia.

**Cantidad de títulos: BAJO.** Deberá ir aumentando con el tiempo. De todos modos, el factor calidad siempre debe ser el prioritario; los nuevos títulos deben ser originales, exclusivos, y permitir una gran interactividad.



## Análisis DAFO

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>· Originalidad y exclusividad de nuestros títulos.</li><li>· Elevada interactividad. El lector gana protagonismo.</li><li>· Alto nivel de usabilidad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· Poca diversidad.</li><li>· Aplicación no gratuita.</li></ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>· Prestigio de la empresa en el campo editorial.</li><li>· Llegar a padres exigentes o selectivos en productos educativos, gracias a la calidad de nuestro producto y a la incorporación de preguntas que permitan mejorar la comprensión lectora.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· Coexistir junto con aplicaciones de renombre, como Blue Planet Tales, avaladas por educadores.</li></ul>

## 5.2. Estudio de mercado: público objetivo.



**Nombre :** Carla

**Edad :** 7 años

**Educación :** 1º Primaria

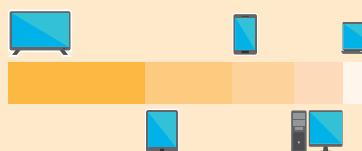
### Uso de la aplicación

Carla vive con sus padres en Mallorca. En casa dispone de acceso a Internet. Es una amante de los cuentos de princesas y hadas. Tiene 7 libros de princesas en formato papel, y solía leer un trozo cada noche, pero los ha leído tantas veces que ya le aburren. La aplicación le permitiría leer distintas versiones de un mismo libro, evitando así el aburrimiento.

### Experiencia en tecnología



### Dispositivos



### Preferencias en el uso de la aplicación

Las aplicaciones muy coloridas; prefiere las que tienen colores frescos y dibujos, y las opciones que presentan un feedback visual vistoso.

Las aplicaciones que presentan sonidos al realizar determinadas acciones, y que cuentan con animaciones.

Las aplicaciones que tardan en cargarse.

Las aplicaciones sin contenidos interactivos.





**Nombre :** Juan

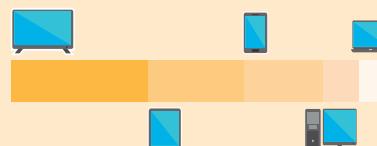
**Edad :** 4 años

**Educación :** 4º de Guardería

### Experiencia en tecnología



### Dispositivos



### Uso de la aplicación

Juan vive con su madre en Menorca. En casa dispone de acceso a Internet. Su madre y él algunas tardes leen un rato en el ordenador. El problema es que Juan se desconcentra y se aburre muy fácilmente, así que no suelen leer más de 2 páginas. La interacción y las animaciones de nuestra aplicación podrían conseguir captar su atención, lo cual le permitiría leer más tiempo.

### Preferencias en el uso de la aplicación

- 👍 Las aplicaciones muy coloridas; prefiere las que tienen colores frescos y dibujos.
- 👍 Las aplicaciones en que el protagonista es un animal o un objeto.
- 👍 Las aplicaciones con animaciones divertidas.
- 👎 Las aplicaciones que tardan en cargarse.
- 👎 Las aplicaciones sin contenidos interactivos.



**Nombre :** Alberto

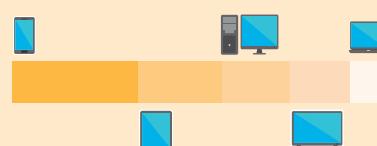
**Edad :** 12 años

**Educación :** 1º Secundaria

### Experiencia en tecnología



### Dispositivos



### Uso de la aplicación

Alberto vive con sus padres en Menorca. En casa dispone de acceso a Internet con buena conexión. Tiene dislexia, así que sus padres le obligan a leer un poco cada día. El problema es que no encuentra libros que le llamen la atención; todos le aburren y se desconcentra. Por otra parte, todos los libros interactivos que ha encontrado en la Play Store o tienen un diseño muy infantil o no funcionan bien.

### Preferencias en el uso de la aplicación

- 👍 Las aplicaciones con colores frescos, preferiblemente saturados.
- 👍 Textos cortos.
- 👍 Contenidos bien estructurados, que permitan un barrido visual rápido.
- 👎 Las aplicaciones de diseño muy infantil o muy soso.
- 👎 La tipografía pequeña.



# 6. Condiciones

El producto debe cumplir los siguientes requisitos:

- 1) Alcanzar el nivel de conformidad Triple-A (AAA) del WCAG 2.0.
- 2) Cumplir los principios de usabilidad, especialmente los siguientes:
  - Reducción del tiempo de latencia: el producto debe permitir la realización de otras tareas (ej: jugar) durante periodos de carga, y debe informar del tiempo de carga pendiente.
  - Legibilidad: es una aplicación para la lectura, así que se debe tener especial cuidado de no utilizar colores que puedan dificultar el acceso a usuarios con problemas de distinción de colores.
  - Interfaz visible: el público objetivo (niños de entre 3 y 12 años) probablemente no perciban elementos invisibles de navegación tal como menús desplegables o indicaciones ocultas, por lo que deben evitarse. La navegación debe ser muy sencilla e intuitiva.
- 3) Aplicar la directiva sobre servicios de pago (DSP2) para asegurar un nivel de seguridad alto durante el proceso de compra.
- 4) Ambas versiones del producto (para iOS y para Android) deben cumplir con las especificaciones de la plataforma de distribución.
- 5) La creación de la página web, la cual permitirá leer y comprar los libros, debe basarse en los estándares web HTML5 y CSS3. Se empleará un diseño responsive (responsive design), para lograr una correcta visualización en cualquier dispositivo.
- 6) Pasadas 2 semanas desde la entrega de este briefing a la empresa desarrolladora, ésta deberá presentar un primer prototipo .
- 7) Con carácter previo a la distribución, el producto debe superar una fase de pruebas con usuarios reales. Tras dichas pruebas, se estima un periodo de 2 semanas para llevar a cabo los cambios necesarios.
- 8) Planeamos que el producto se publique en las plataformas distribuidoras (App Store y Google Play) a finales de mayo. De todos modos, esperamos que la empresa desarrolladora confirme la viabilidad de desarrollar, en este periodo de tiempo propuesto, un producto adecuado a las condiciones que aquí se exponen.



# 7. Breve manual de identidad

## Composición y aplicaciones crómáticas

Composición principal



Composición secundaria

**Ideas 2 grow GO!**

monocromo positivo



monocromo negativo



## Áreas de exclusión



## Tipografía del logotipo

ABRIL FATFACE

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z**



# Bibliografía

**Sedó, Benítez, Chávez.** Metodología y desarrollo de proyectos en red  
UOC, 2017. [fecha de consulta: febrero de 2018 ]

**Portaltic.** El 72% de los jóvenes utiliza el móvil como dispositivo principal para conectarse a Internet  
Portaltic/EP. [fecha de consulta: marzo de 2018 ]

Disponible en:

<<http://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-72-jovenes-utiliza-movil-dispositivo-principal-conectarse-internet-20170410104436.html>>

**Arias, Claudio.** Sensación - Significado y aplicación del color

DuocUC, 2010. [fecha de consulta: febrero de 2018 ]

Disponible en:

<[https://issuu.com/cla.arias/docs/sensacion\\_significado\\_y\\_aplicacion\\_del\\_color\\_fin/53](https://issuu.com/cla.arias/docs/sensacion_significado_y_aplicacion_del_color_fin/53)>

**Eguaras, Mariana.** Diseño editorial.

Mariana Eguaras. Consultoría editorial. [fecha de consulta: marzo de 2018 ]

Disponible en: <<https://marianaeguargas.com/diseno-editorial/>>

**Google Fonts.**

Google. [fecha de consulta: marzo de 2018 ]

Disponible en: <<https://fonts.google.com/>>

**Martín, Galán, Ruiz.** Géneros de la ilustración.

Ilustración editorial y publicitaria.2012. [fecha de consulta: marzo de 2018 ]

Disponible en: <<http://ilustracioneditorialypublicitaria.blogspot.com.es/p/ilustradores-importantes.html>>

**García, Marco.** El Briefing es Dios / Como elaborar un briefing.

Marco creativo. 2016. [fecha de consulta: marzo de 2018 ]

Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=bpy8nlrEY-g&feature=youtu.be>>

**Mainar, Irene.** Cómo hacer un buen briefing.

Sinpalabras creativos. 2017. [fecha de consulta: febrero de 2018 ]

Disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=USph4W4Pi10>>

**Imágenes empleadas en el apartado de estudio de mercado. Público objetivo**

<<https://pixabay.com/es/esperanza-ni%C3%B1a-ni%C3%B1o-joven-personas-1127085/>>

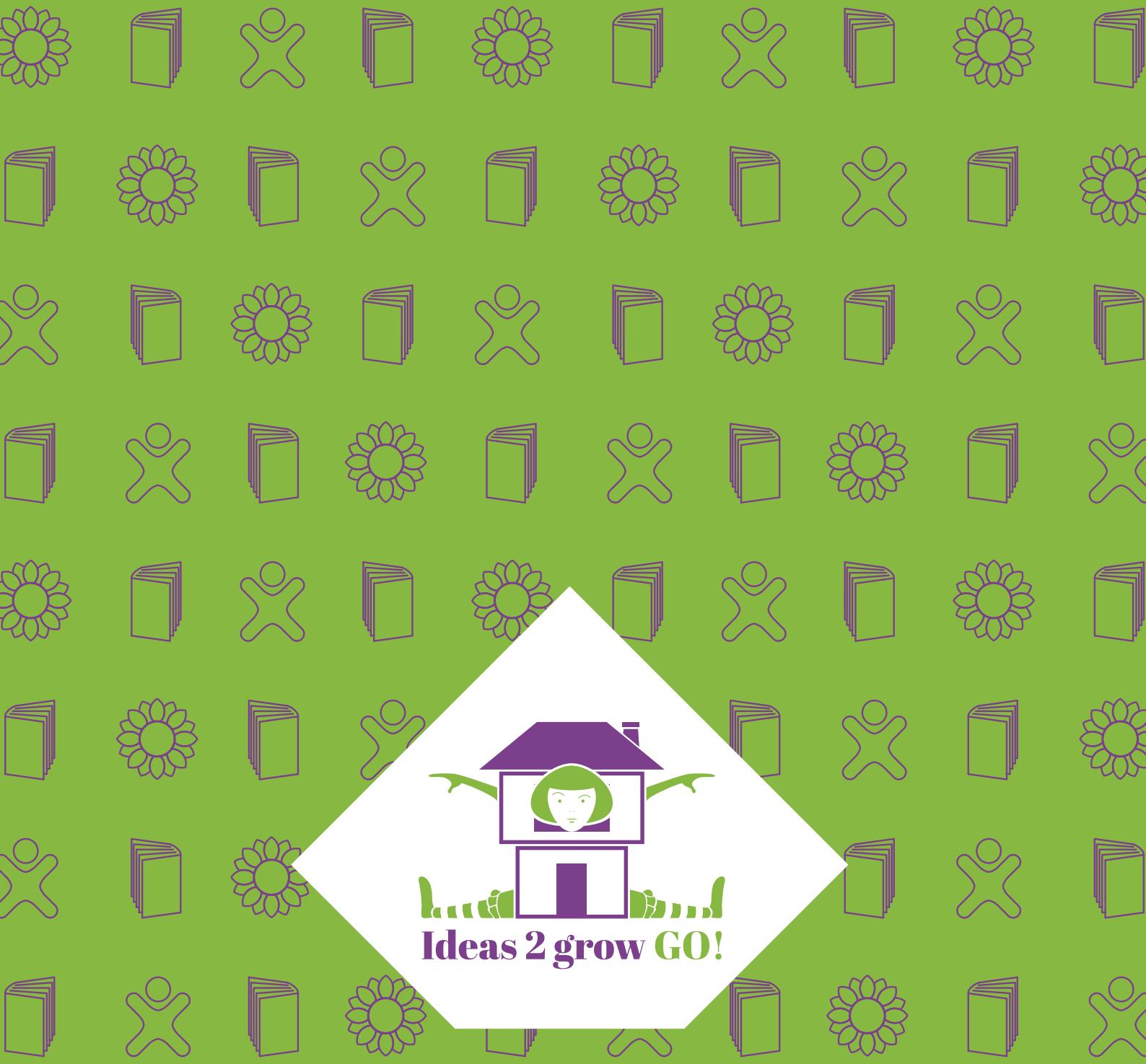
<<https://pixabay.com/es/retrato-de-un-ni%C3%B1o-chico-triste-2923686/>>

<<https://www.etapainfantil.com/comprender-comportamiento-adolescente>>

**Imagen empleada en el apartado de Tipología de las ilustraciones**

<<http://ilustracioneditorialypublicitaria.blogspot.com.es/p/ilustradores-importantes.html>>





**76.529 - Metodología y desarrollo de proyectos en red aula 1**  
**Aida Capó Martí**  
**Yolanda Escorza Moreno**  
**Carlos Flores España**  
**Tarek Kabbani Pérez**