



# Talía

Gaudeix de l'app!  
Gaudeix del teu temps!

# Índex

<b>1. Idea</b>	<b>3</b>
1.1. Recull d'informació	
1.2. Brainstorming	
1.3. Opcions més viables	
1.4. Investigació detallada	
1.5. Explicació de l'app escollida	
<b>2. Idea Final</b>	<b>5</b>
2.1. Explicació	
2.2. Investigació mercat	
2.3. Funcionament de l'app	
<b>3. Briefing</b>	<b>6</b>
3.1. Briefing	
3.2. Diagrama de Gantt	
<b>4. Imatge Corporativa</b>	<b>9</b>
4.1. Logotip	
4.2. Manual Corporatiu	
<b>5. Pla de Màrqueting</b>	<b>10</b>
5.1. Producte	
5.2. Objectiu màrqueting	
5.3. Mercat	
5.4. DAFO	
<b>6. Càlcul de costos</b>	<b>12</b>
<b>7. Caixa</b>	<b>13</b>
7.1. Packaging	
7.2. Disseny	
7.3. Producció	
<b>8. Llibret instruccions</b>	<b>15</b>
8.1. Retícula	
8.2. Disseny	
8.3. Obsequi	
<b>9. App</b>	<b>16</b>
9.1. Arbre de navegació	
9.2. Esvossos	
9.3. Wireframe	
9.4. Mock-up	
<b>10. Valoració personal</b>	<b>18</b>
<b>11. Annex</b>	<b>19</b>

# 1. Idea

## 1.1. Recull d'informació (investigació i anàlisi de mercat inicial)

Com a grup, el nostre principal interès ha sigut trobar una necessitat i mirar de crear una aplicació que pugui satisfer-la de la millor manera.

En la nostra recerca per trobar aquesta necessitat hem observat diferents temes d'actualitat, entre els quals destaquen la demanada de feina, la necessitat de trobar ofertes o bé desfer-se del que ja no utilitzem i, per últim, la demanda d'activitats gratuïtes o assequibles.

Moltes d'aquestes estan cobertes per aplicacions mòbil com Infojobs, Wallapop, Job Today, Time Out...

La nostra resolució, donar-li un altre enfocament per a satisfer aquestes necessitats.

## 1.2. Pluja d'idees (Brainstorming).

Aquest és un recull de les idees que van sorgir:

- Aplicació per a incentivar el treball mitjançant el bescanvi.
- Reciclar llibres per a digitalitzar-los.
- Fòrum cultural (artistes de carrer). Col·laboracions internes i externes.
- Aplicació tipus taulell d'anuncis.
- Base de dades de protectores i gosseres per a facilitar les donacions i adopcions.
- Comunitat d'escriptors per a facilitar la publicació als autors novells.

## 1.3. Tria de les tres opcions més viables.

Les tres opcions més votades:

- a) Fòrum cultural (artistes de carrer). Col·laboracions internes i externes.
- b) Aplicació tipus taulell d'anuncis.
- c) Base de dades de protectores i gosseres per a facilitar les donacions i adopcions.

## 1.4. Investigació detallada de les tres opcions escollides.

- a) Hem investigat l'existència d'aplicacions mòbil (Time Out i Que hacer hoy) i de comunitats d'internet. Algunes comunitats autònomes tenen plataformes pels artistes del carrer que resideixen en la mateixa.
- b) Ajuda als aturats a trobar feines de duració determinada. Incentiva l'intercanvi de necessitats. No hem trobat cap plataforma digital amb prou abast.

- c) Ajudaria a agilitzar els tràmits de l'adopció i de les donacions al fer una base de dades comuna per a totes les entitats d'ajuda als animals. Existeixen diferents pàgines a Facebook i una aplicació mòbil (Miwuki Pet Shelter).

## 1.5. Determinació idea final.

Hem escollit l'aplicació del **fòrum cultural**.

## 1.6. Explicació de l'app escollida.

### a. Descripció detallada. Producte/servei.

Amb la nostra aplicació sempre podries saber quines activitats d'àmbit cultural hi ha als carrers de la teva localitat. No només és útil per poder saber això, a més és la plataforma ideal per promocionar els projectes artístics d'un grup petit o un individu que es vol donar a conèixer.

### b. Justificació. Per què farem aquesta app.

Creiem que manca la promoció d'activitats més petites i/o gratuïtes i volem ampliar l'abast dels artistes novells.

De cara a fer una aplicació amb caire sostenible, podem dir que amb la nostra idea es reduirà l'ús de paper per a publicitat impresa, al substituir-la per la de la nostra aplicació. A més, ajudarà a gent sense recursos a donar-se a conèixer, incentiva al creixement artístic i facilita plans econòmics per als usuaris.

### c. Esbós previ de l'app. Organització i esquema inicial de funcionalitats bàsiques.

L'aplicació es dividirà en dues parts, la part de publicacions internes, on publicarem les activitats de cada localitat (l'usuari només podrà accedir-hi mitjançant un filtre de recerca), i una segona part, que serà de col·laboracions externes i on es donarà certa llibertat per a promocionar els projectes dels artistes i performers novells. Cada publicació feta per un usuari s'inclourà a l'apartat general d'activitats.

### d. Determinació del format del packaging.

Llibret intern d'instruccions de format 12x12 cm. Caixa quadrada o rectangular. Donem l'opció perquè cada equip es plantegi la mida de la caixa que més li convingui.

## 2. Idea Final

### 2.1. Explicació

Desenvoluparem un gestor de continguts on l'usuari podrà trobar plans i esdeveniments assequibles a la localitat de la seva elecció. Al mateix temps, volem afegir un accés per a publicacions externes per als artistes i els grups petits que necessitin donar-se a conèixer, donant-los l'oportunitat de ampliar el seu abast.

### 2.2. Investigació mercat

#### a) Apps semblants ja creades

Umcore Azoka, Time Out, Qhaceshoy i Fever.

#### b) Funcionalitats

Calendari esdeveniments, geolocalització, sistema de pagament, perfils d'usuaris i alertes.

#### c) Perfils d'usuaris

No totes tenen perfil, les que tenen inclouen informació com localització, correu electrònic, sexe i edat.

#### d) Requisits (pagament, login, plataformes, sistemes operatius...)

Per poder accedir a la majoria haurem d'iniciar sessió a Facebook o registrar-nos. Cap és de pagament i es poden descarregar per Android i IOS.

### 2.3. Funcionament de l'app

#### a) Funcionalitats:

Perfils d'usuari i de "empresa", calendari d'esdeveniments, filtrat de resultats, enllaç amb xarxes socials.

#### b) Requisits:

Registre previ, no serà de pagament.

#### c) Característiques:

Funcional, directa, solidaria, es podrà visualitzar en IOS i en Android, a més de la seva pàgina web.

## 3. Briefing

### 3.1. Briefing

#### Dades de l'empresa

##### Nom de l'empresa

ArtPolis Cooperativa

##### Descripció

És una nova cooperativa creada amb la voluntat de fer arribar la cultura a tothom.

##### Objectiu

El nostre objectiu és desenvolupar un gestor de continguts per a mòbil on l'usuari podrà trobar plans i esdeveniments assequibles a la localitat de la seva elecció. Al mateix temps, volem afegir un accés per a publicacions externes per als artistes i els grups petits que necessitin donar-se a conèixer, donant-los l'oportunitat d'ampliar el seu abast.

Al mateix temps, es desenvoluparà un blister per a promocionar el llançament de la aplicació.

#### Dades del lloc web/app

##### Quin és l'objectiu principal del lloc web?

L'objectiu és que les persones puguin trobar esdeveniments culturals al voltant seu, i que les petites companyies o artistes puguin penjar les seves actuacions com una manera gratuïta de fer-se publicitat.

##### Quins continguts i funcions ha d'incloure?

Continguts	Funcionalitats
Esdeveniments i activitats	Xat
Comentaris	Xarxes Socials
Valoracions	Recerca per filtres
Publicacions pròpies	Geolocalització
	Favorits
	Reclamacions

## Tipus de lloc web

Dinàmic, és un gestor de continguts.

## Domini i allotjament

[www.culturaalcarrer.com](http://www.culturaalcarrer.com)  
[www.culturaalcarrer.es](http://www.culturaalcarrer.es)  
[www.culturaalcarrer.cat](http://www.culturaalcarrer.cat)

## Webs de referència

<https://www.timeout.es/barcelona/es>  
<http://www.fnac.es/agenda-fnac/ct125/w-4#>  
<https://www.elcorteingles.es/centrocomerciales/es/eci/eventos>  
<http://guia.barcelona.cat/es>  
<https://www.festacatalunya.cat/>  
<http://www.catalunya.com/>

## Llocs web de la competència, pàgines de preferència del client

Diversos municipis i comunitats autònomes tenen bases de dades de companyies de teatre i les seves representacions, festivals de diferent temàtica i calendaris d'esdeveniments dintre de la localitat que ocupen.

En l'àmbit de les aplicacions web trobem: Umore Azoka, Time Out, Fever i Vamos. Són semblants en alguns aspectes a l'aplicació que volem desenvolupar però no ofereixen la possibilitat de promoció als artistes novells o són d'un àmbit geogràfic molt ampli.

## Target

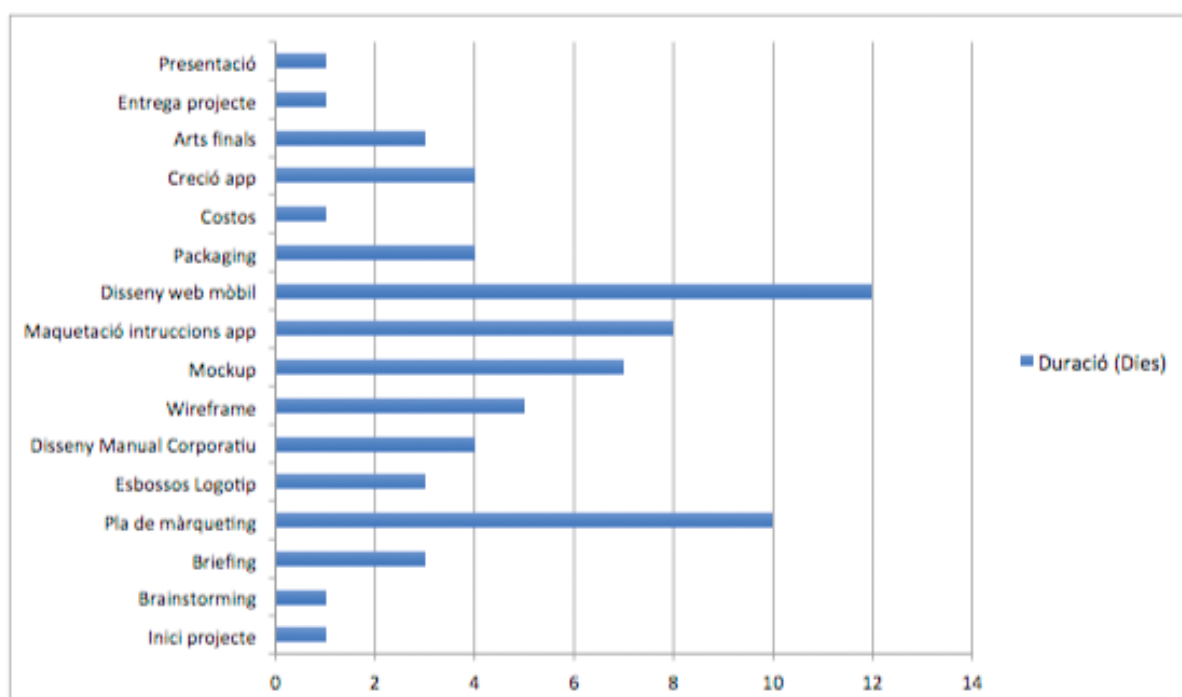
Gent jove (20-27) i famílies amb nens petits, interessats per la cultura, amb caire estalviador i amb temps lliure. Per altra banda, també artistes o companyies dedicades al món de l'espectacle que vulguin/necessitin donar-se a conèixer de manera gratuïta.

## Finalització projecte

El lliurament del projecte serà el dia 19/05/17.

### 3.2. Diagrama de Gantt

ACTIVITAT	TASCA	INICI	FI	DURACIÓ (DIES)
A	Inici projecte	3/4/17	3/4/17	1
B	Brainstorming	4/4/17	4/4/17	1
C	Briefing	5/4/17	7/4/17	3
D	Pla de màrqueting	8/4/17	17/4/17	10
E	Esbossos Logotip	8/4/17	10/4/17	3
F	Disseny Manual Corporatiu	18/4/17	21/4/17	4
G	Wireframe	18/4/17	22/4/17	5
H	Mockup	24/4/17	30/4/17	7
I	Maquetació intruccions app	1/5/17	8/5/17	8
J	Disseny web mòbil	1/5/17	12/5/17	12
K	Packaging	10/5/17	14/5/17	4
L	Costos	10/5/17	10/5/17	1
M	Creció app	12/5/17	16/5/17	4
N	Arts finals	16/5/17	18/5/17	3
O	Entrega projecte	19/5/17	19/5/17	1
P	Presentació	22/5/17	22/5/17	1





## 4. Imatge Corporativa

### 4.1. Logotip

Per poder escollir un nom i un logo per a la nostra app, vam fer un brainstorming i uns esbossos, dels quals va ser escollit Talia com a nom per ser la musa del teatre i les arts, i el seu símbol la lira, amb la qual se la representava, com a logo de l'app. Volíem un logo senzill, però elegant, vam fer que l'isotip sigues molt senzill, bàsic, ja que si el fèiem amb molts detalls, podríem fer que les persones no el veiessin bé. I per la part tipogràfica vam escollir una tipografia de pal sec, sense gràcies, coronaments o remats, ja que són més senzilles, i personalment ens agradaven més. La tipografia escollida ha sigut la Century Gothic encara que només l'hem utilitzat com a base, ja que hem retocat les lletres per adaptar-la com volíem.

També vam escollir tres colors Pantone com colors corporatius, que hem utilitzat per al disseny del logo, les instruccions, el packaging i la web (també l'estem utilitza'n per al disseny de la memòria i el pla de màrqueting), ja que creiem que és important tenir una imatge clara i que segueixi un disseny, per així els nostres usuaris quan vegin els colors en qualsevol lloc els relacionin amb el nostre producte. El color principal i original del logotip és el Pantone 3005 C, que és blau, el vam escollir perquè en moltes cultures el blau representa la divinitat, ja que representava al cel on regnaven els déus i també és un color vinculat a la creativitat i el coneixement

Per al disseny del packaging vam fer que el logo anés sobre una paret de maons per donar-li un toc més urbà, com si fos un grafiti.

Per a més informació veieu el manual corporatiu a l'annex.

### 4.2. Manual Corporatiu

En el manual corporatiu podeu trobar el disseny amb els detalls sobre la seva àrea de seguretat, el màxim a què es pot reduir per visualitzar-ho correctament, la tipografia corporativa (les que utilitzem tant en la web com en les instruccions) i, com ja hem explicat abans, els colors Pantone escollits, com aquests són colors homologats no ens donaran problemes.

També hem detallat diferents versions de la marca en cas que necessitem aplicar-la en diferents fons de color o en cas que hàgim de fer-lo en negatiu o en blanc i negre.

Per assegurar la correcta utilització de la nostra marca hem reservat una part del manual per explicar el que no s'ha de fer amb el logo. I per últim les aplicacions, on es pot veure el logo aplicat en diferents llocs.

## 5. Pla de màrqueting

### 5.1. Producte

El nostre és un producte virtual i per tant, no tangible. L'aplicació servirà de pont entre el públic i el servei. Aquest servei consisteix a apropar la cultura i les arts a les persones que tinguin un interès per aquests temes. També proporcionar a les petites companyies i a artistes individuals la possibilitat de fer-se publicitat gratuïta i amb baix cost per al medi ambient.

### 5.2. Objectiu màrqueting

Crear awarness, donar-nos a conèixer, que s'utilitzi l'app.

- Accions:
  - RRSS: (per donar-nos a conèixer) crear pàgina d'empresa a Facebook.
- Publicitat:
  - Crearem awarness, amb pintades del nostre logo (sense la marca) a llocs visibles i ens posarem en contacte amb grups i associacions perquè ens facilitin dades sobre els seus socis.
  - Dissenyarem i distribuïrem un pòster promocional on es veurà la utilització de l'app i el codi QR per poder descarregar-te-la a qualsevol lloc.

### 5.3. Mercat

#### a) Factor diferenciador

Hi ha moltes aplicacions que permeten cercar activitats o esdeveniments, però totes es dediquen a activitats de pagament. Nosaltres no.

Com ens diferenciem dels altres?

- Som una app totalment gratuïta.
- Actualització diària d'esdeveniments o activitats.
- Les petites companyies o grups, músics o artistes, poden publicar ells mateixos les seves actuacions.
- Cerca per províncies, dies, i tipus d'activitat.
- Conèixer persones i parlar per xat, amb gent que tingui els mateixos gustos.

#### b) Clients

La nostra app té dos tipus de registre, com a grup/artista o personal:

- Grup/artista: Aquí podran donar-se a conèixer de manera gratuïta, crear els seus esdeveniments i publicar-los perquè la gent els vegi. Podran veure els comentaris de la gent sobre els seus esdeveniments publicats, el que els permetrà créixer com a artistes i millorar.

- Personal: Podran crear el seu perfil per començar a cercar esdeveniments, conèixer gent amb els mateixos gustos i trobar activitats al seu voltant. Amb el temps l'app guardarà els seus gustos i en el seu mur apareixeran activitats del mateix tipus de les que sol cercar.

#### 5.4. DAFO

<b>Debilitats</b>  Limitació d'abast per la tecnologia. Mancada de subvencions inicials.	<b>Fortaleses</b>  Totalment gratuïta. App senzilla i intuïtiva.
<b>Amenaces</b>  Mancada de subvencions inicials. Publicacions que informen dels mateixos esdeveniments.	<b>Oportunitats</b>  Hem creat un nínxol de mercat. Publicitat a través dels artistes.

## 6. Càlcul de costos

### Aplicació total: 1.559,40 €

Desenvolupador web: 1.500 €

Domini + hosting: 3,94 €/mes, 59,40 €/any

### Campanya publicitària: 6.670,76 €

5000 anuncis pòster A3: 261,26 €

Grafiti material: 409,50 €

Spray: 395,50 €

Plantilla de cartró: 0,70 € unitat, 14 € 20 unitats

Cost contractar a 20 grafeters: 300€ per persona, total 6.000 €

### Producte: 30.242,88 €

15.000 caixes: 30.000 €

Matèria prima: 0,70 € /caixa

Producció: 1,30 €/caixa

15.000 desplegable instruccions: 242,88 €

Impressió: 198,88 € total

Post-impressió: 44 € total

## 7. Caixa

### 7.1. Packaging

Vam decidir que el packaging aniria adaptat al desplegable de les instruccions, que fa un format de 120x120 mm. La caixa hauria de ser més gran per tal d'afegir la targeta SD on va l'aplicació. Per tal de decantar-nos per un disseny de packaging, vam estudiar diferents solucions existents a botigues.

Finalment vam preferir un disseny força utilitzat per les caixes de mòbil, vam fer proves amb paper per veure si s'adaptava al que buscàvem, que és donar-li una segona utilitat. Ens va costar una mica adaptar la idea a les mides requerides, però finalment vam aconseguir que encaixes bé. El format final és de 160x160x30 mm.

#### Encuny exterior

Consta de dues parts, ja que és tipus caixa, la part de tapa anirà folrada amb el disseny escollit perquè guanyi consistència. La part inferior, on va tot guardat, no estarà folrat, ja que serà la part que tingui una segona utilitat, per aquesta raó no va enganxat ni té pestanyes. Quan l'obrim i treguin la safata interior es trobaran la segona utilitat.

Està fet en cartó gris B 0,9 mm que és un tipus de cartó rígid, però que permet doblegar-lo a voluntat. Ens va costar algunes proves a la encunyadora làser trobar la freqüència adequada per poder tallar i fer les marques de doblegat.

#### Encuny interior

També consta de dues parts, una que l'hem fet de cartolina ondulada on es troba enganxada la targeta SD i dins es troba un petit regal, la segona l'hem feta de polietilè expandit, per poder resguardar el desplegable de fer-se malbé.

### 7.2. Producció

Per fer la caixa ens hem trobat amb diversos problemes, com l'elecció del material, ja que havíem de tenir en compte molts factors. Buscàvem un material resistent i rígid, però que poguéssim doblegar-lo com nosaltres volíem. Un altre handicap que ens hem trobat ha sigut per enganxar-lo i vam solucionar-ho folrant-lo, amb l'avantatge que quedaria més protegit.

Abans de fer el pack definitiu vam haver de fer diverses proves. Vam mirar diferents formes de pestanyes per decidir quina era la millor opció per enganxar els laterals.

La faixa ens va donar problemes per la diferència de la maquinària emprada. Vam imprimir a una copisteria i quan vam passar-ho a l'encunyadora alguns paràmetres havien canviat. Després d'un parell de proves vam poder seguir endavant

### 7.3. Disseny

El disseny del packaging l'hem fet seguint amb la imatge de la marca i continuant amb la línia senzilla, però bonica. Hem volgut deixar en la part inferior el color del cartó perquè seguia l'estètica de la nostra marca, la part superior va folrada en un disseny semblant a la portada del desplegable d'instruccions, per mantenir una unitat estètica entre l'exterior i l'interior. A la part interior de la base de la caixa hem afegit un petit tauler del joc de Serps i Escales, que vindria a ser la segona utilitat del pack.

La caixa es manté unida gràcies a una faixa que fa els torns de blíster. A la faixa es poden trobar les fitxes per al joc de dins la caixa i unes instruccions per trobar-ho tot.

## 8. Llibret instruccions

### 8.1. Retícula

Partim de la decisió per part de tot el grup de que el format seria 120x120 mm (format tancat). Per poder fer la retícula vam decidir utilitzar el mètode Van Der Graaf, ja que és un mètode amb el qual es troba de forma ràpida i senzilla una taca elegant. Un cop ja teníem decidit això, vam decidir que tant el text com les imatges respectarien la taca, perquè visualment quedaria tot més fluid i net.

### 8.2. Disseny

Decidir el tipus de disseny va ser complicat, ja que no volíem fer un llibre com tots. Per això vam estar mirant diferents tipus de desplegable i finalment ens vam decidir per un que ens agradava i el vam posar en pràctica, tot això respectant la retícula.

Hem seguit la línia de la nostra imatge, utilitza'n els colors corporatius de la marca, fent un disseny minimalista, ja que pensem que aquest tipus de disseny agrada més i és molt més còmode de llegir.

#### EPUB

En el cas de la maquetació de l'EPUB hem fet dues pàgines mestres. Considerant que hi ha dos tipus d'usuari, hem pensat que fent dos dissenys diferents per poder explicar el que es pot fer en els diferents casos, jugant amb el color del text i de la numeració era el més correcte. Per fer un EPUB encara més còmode de llegir, hem fet que l'índex sigui navegable i quan es clica a un tema vagi a la pàgina corresponent, i en cas contrari, que quan haguem de tornar al índex hem afegit uns botons en els quals fent clic es torna a l'índex.

#### Desplegable

En el cas del desplegable, hem fet una cara per a cadascun dels dos tipus d'usuari. A diferència de l'EPUB on fem la diferència amb els canvis de color. Encara que no mantingui l'estructura de llibre segueix la mateixa retícula, perquè vam pensar que era important seguir la mateixa línia que a l'EPUB per relacionar un amb l'altre. El desplegable no manté el format pactat amb la resta del grup per manca de recursos. És per això que hem imprès també el llibret convencional de 120x120mm.

### 8.3. Obsequi

Pensant en els nostres usuaris, hem fet dos obsequis. El primer és el joc Serps i Escales, amb les seves respectives fitxes i un dau. El tauler es troba a l'interior de la base de la caixa, on es trobarà protegit per l'encuny interior. El segon obsequi són uns adhesius promocionals del logo de la nostra marca, l'original blau (Pantone 3005 C) sobre blanc i el negre (Pantone Black 6 C) sobre blau (Pantone 3005 C).

## 9. App

### 9.1. Arbre de navegació

La nostra aplicació és un gestor de continguts on els usuaris podran veure i cercar esdeveniments i activitats a prop seu. A més, és una aplicació on els usuaris registrats com a grup o artista podran publicar els seus propis esdeveniments i gestionar els ja publicats. Un cop dit això i determinat quina hauria de ser l'experiència d'usuari general, el plantejament de navegació s'ha de centrar en el mur d'esdeveniments. En l'arbre de navegació, es pot observar que és la pantalla amb més accessos.

En tot moment l'aplicació intenta ser el màxim d'intuïtiva per millorar l'experiència de l'usuari. El menú hamburguesa és un dels elements que ajuda a millorar la navegabilitat.

Tot i que en un principi ens van plantejar el recorregut de l'aplicació d'una manera, mentre avançàvem en la creació d'aquesta hem anat fent canvis que enriqueixen el conjunt del producte/servei.

### 9.2. Esbossos

Un cop acabat de plantejar l'esquema de navegació, havíem de passar a fer els primers esbossos de les pantalles. Aquesta ha sigut una feina que ha ajudat un cop més a replantejar-nos parts de l'aplicació i punts de vista d'aquesta.

### 9.3. Wireframe

La digitalització dels esbossos ha sigut força més entretinguda del que esperàvem i la vàrem acabar en un moment gràcies tant pels esbossos a mà com pel programa que hem utilitzat per fer-los (Balsamiq).

Gràcies a aquest programa vam poder provar la connectivitat entre pantalles i la navegació fluida que desitjàvem per a l'aplicació.

### 9.4. Mock-up

En aquest pas hem hagut de prendre les decisions de disseny per a l'aplicació. Des del principi les dues estàvem d'acord en mantenir el disseny simple que ja havíem marcat amb el manual de marca, allunyant-nos el màxim possible de dissenys més realistes i sobrecarregats. És així com arribem al Flat Design, un disseny web senzill i fàcil d'aplicar.

Hem mantingut els colors d'elecció especificats al manual de marca i les tipografies.



Per a desenvolupar els mock-ups hem utilitzat el programa Illustrator, ja que ens és més fàcil d'utilitzar per a aplicar un disseny.

## 9.5.Codi

Un cop finalitzats els altres passos, havíem de començar a posar-ho en pràctica i fer realitat els esbossos.

En tot moment s'intenta mantenir la idea d'una aplicació i una web mòbil responsive, és a dir, adaptable a la major part de pantalles. Per això hem desenvolupat 3 documents CSS diferents, amb valors de pantalla especificats, com l'amplada i l'orientació.

Com que la millor manera de treballar aquesta web era amb la idea de 'Mobile first', el primer CSS està pensat per a pantalla de mòbil i la resta parteix d'aquest.

Un problema que hem tingut ha sigut el nostre desig de fer l'aplicació el més funcional possible sense tenir en compte que no som programadores. Tot i així, gràcies al JavaScript hem aconseguit dotar la nostra app de certes funcionalitats que la fan una mica més navegable.

Hem estructurat la carpeta del codi separant els documents per a la pàgina web dels que són per fer l'aplicació per fer més fàcil enllaçar cada línia de navegació.

Aquesta ha sigut la part més llarga de realitzar de tot el projecte.

## 10. Valoracions

### Andrea Sánchez

El tema del projecte m'ha agradat molt, al principi va ser una mica caòtic perquè només començar ens va costar posar-nos d'acord tot el grup per escollir el tema, ja que a cada parella li agradava un tema, però ho vam resoldre de pressa, per votacions. L'altre problema que vam tenir és la falta de temps, perquè és massa cosa per només dues persones, per sort hem sabut treballar i ens hem repartit bé la feina, també ens hem sabut organitzar bé. El problema més gran que ens hem trobat ha sigut que en algun punt ens ha faltat coneixements. Per altra banda m'ha agradat molt fer-lo i he après molt, sobretot en el tema de l'organització, i a l'hora de què ens ha sorgit algun contra temps, arreglar-ho de pressa.

### Belén

Encara que aquest projecte ha sigut molt interessant i enriquidor personalment considero que em faltaven coneixements per a realitzar al 100% alguns dels passos del treball. Alguns d'aquests coneixements els he anat adquirint sobre la marxa i m'han ajudat a canviar la meua perspectiva sobre la feina.

El fet de ser dos persones a realitzar tota aquesta feina ajuda a tenir més possibilitats de fer-ho millor. El que no sap fer una, l'altra si que sap com es fa.

## 11. Annex

En l'annex podreu trobar tot els esbossos el manual corporatiu i més coses.

SPLASH SCREEN

LOGIN

MUR

PUBLICACIÓ

COMENTARIS

AVÍS LEGAL

CONTACTE

PERFIL

PERFIL GRUP

NOU

MENÚ HAMBURGUESA

CERCA

PERFIL

FAVORITS

XAT

SORTIR

PUBLICACIÓ

CONVERSA

MUR

