



Middle

to find balance

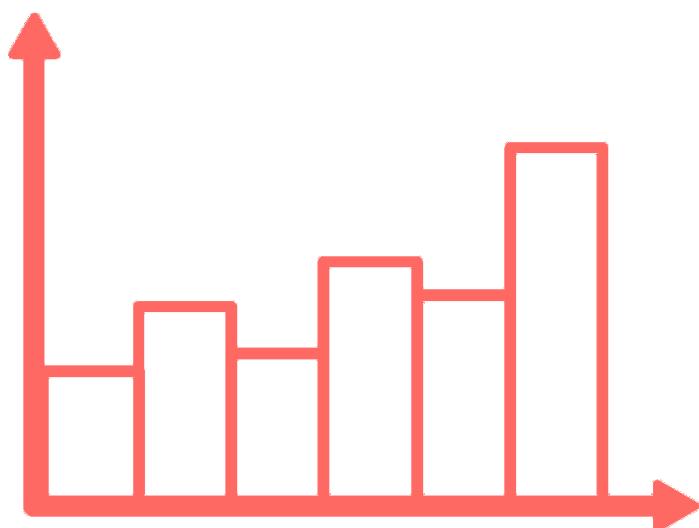
Mercat total

Abans de tot, hem analitzat com es troba el mercat actualment el sector al qual pertany la nostra aplicació.

En l'anàlisi total del mercat d'aplicacions per a pares hem arribat a la conclusió que és un sector potent que està en ple desenvolupament, per a poder entrar és crucial tindre estratègies de futur que permeten tindre un creixement i prendre decisions basant-nos en la rendibilitat del mercat d'aplicacions per a pares.

Hi ha una gran majoria d'aplicacions per a pares que estan més enfocades en els primers mesos del bebè i altres enfocades en el seguiment del procés d'embaràs. De les aplicacions enfocades per a pares el que més destaca és la part d'organització que és fonamental estiguin divorciats o no.

L'ús d'aquestes aplicacions és constant perquè es visualitza el dia a dia entre els pares i els fills, això fa que el seu ús sigui diari a causa de la implicació dels pares en tot el referent als estudis i activitats dels seus fills.





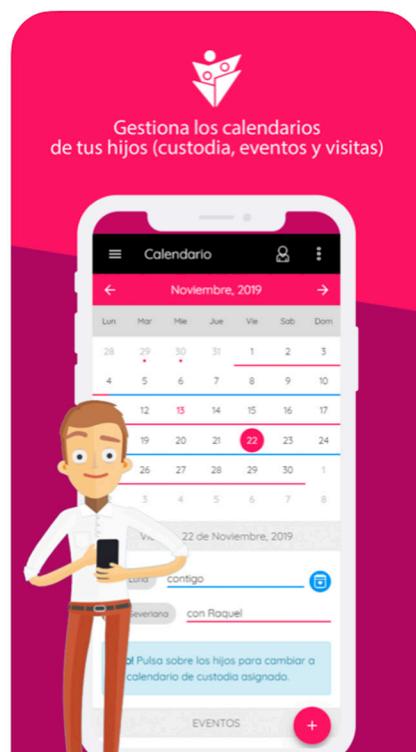
**Investigació
específica
de mercat.**

2BePart

Aquesta seriosa semblant a la nostra, ja que és la que més opcions i organització té: es poden crear calendaris de custòdia i esdeveniments dels fills i tenir accés constant a informació finançera sobre despeses personals, manutenció, etcètera.

També gestiona el control de pertinences, perquè quan s'envia als fills amb exparella, es comprovi que aquests tornen amb tots els objectes personals del nen.

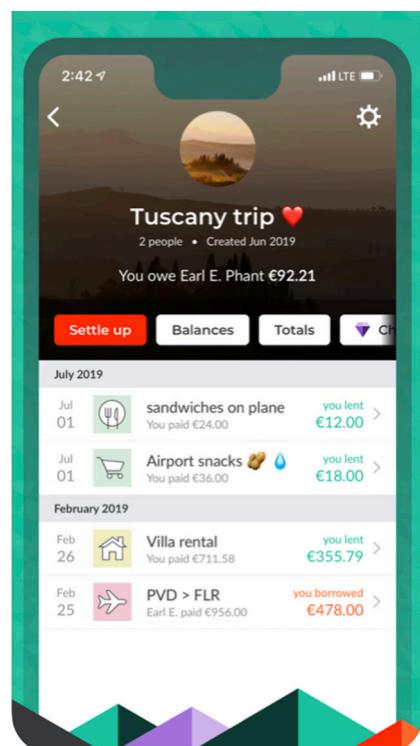
L'app es pot trobar gratuïtament tant per IOS com Android en formats per a mòbil i tauleta. A més és fàcil registrar-se, ja que pots fer servir el teu mail per accedir.



SPLITWISE

Aquesta app és més general i no tant específica a pares divorciats. Amb ella poden conèixer quant gasta cadascun en els seus fills (o no fills poden ser altres persones) i així fer comptes de manera automàtica i compartir les factures, és una app per fer particions de gastos entre varíes persones.

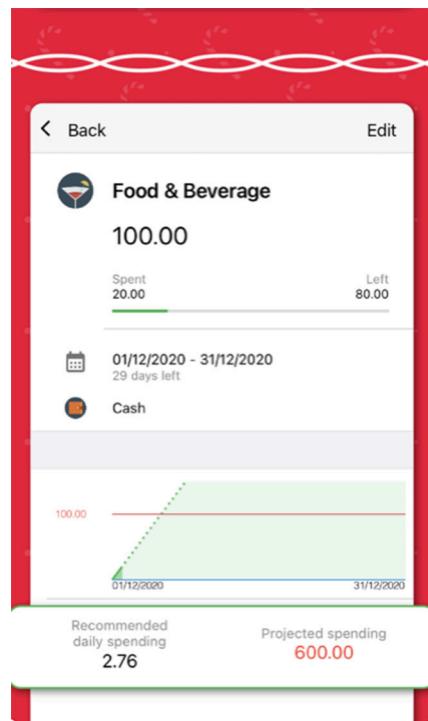
L'aplicació es pot robar per a IOS, Android i també funciona via web, tant per suports mòbils i tauletes. És gratuïta i està en espanyol entre altres idiomes com android i també funciona via web, tant per suports mòbils i tauletes. És gratuïta i està en espanyol entre altres idiomes.



Money Lover

Aquesta s'enfoca principalment a compartir les despeses que generen els nens. Amb ella es poden planificar objectius i crear una cartera de crèdit comú vinculada als dos pares divorciats, perquè portin un control del gastat i cadascun aboni la seva part sense haver de parlar en cap moment.

L'app com les altres es pot trobar gratuïtament tant per IOS i Android per a plataformes mòbil, tauleta i ordinador també. També disposa d'un munt de llenguatges: Àngles, Arabic, Bulgarian, Catalan, Czech, Dutch etc.

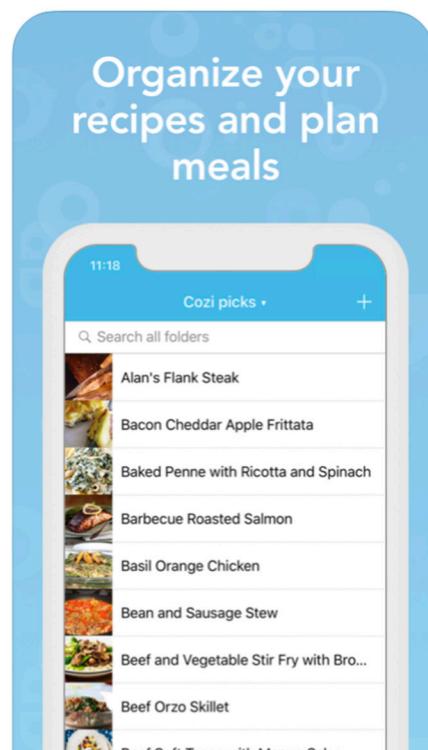


Cozi Familie Organizer

Aquesta aplicació és més tirant al típic blog de notes. Els pares divorciats en ella poden gestionar la comunicació entre ells, saber quins dies han de cuidar als nens, afegir una llista de compres per a la casa, planificar horaris de menjar, jocs i dormir.

L'app té el problema d'estar només en anglès com a únic idioma de la interfície. Però com l'altre es pot trobar gratuïtament tant per IOS i Android per a plataformes mòbil i tauleta.

Organize your
recipes and plan
meals



Definició de producte/servell

Definim la nostra aplicació com un mediador virtual, la nostra base/ideal és proporcionar un major balanç entre pares separats, la nostra app no busca unir famílies, sino ser el punt mitjà, el terreny neutral en el qual puga haver-hi un bon ambient entre tots.

Valors de producte/servell

El valor diferenciador de la nostra marca és el sector i el que volem projectar i aportar en ell. Cada vegada la majoria de ex parelles divorciades busquen quedar en bons termes, sense necessitat de tenir una relació tan pròxima. Aquest és un bon punt a favor, a més del nostre compromís amb cada usuari de poder brindar l'atenció que es mereix. Al final els pares volen el millor per als fills, i Middle és una bona opció per a dur-ho a terme.

Fases del procés comercial

Atraure

Per a atraure a potencials clients hem pensat a portar fulls de mà, manuals explicatius del funcionament de la nostra app a col·legis, també entregar-los pels carrers i mitjançant les xarxes socials. Una de les idees que tenim per a atraure l'atenció del nostre target és mitjançant un descompte del 20% en abacus a les primeres 50 persones que descarreguen la nostra app. Això serà una inversió a llarg termini.

Vendre

Ací entra en joc les campanyes publicitàries que farem, els incentius en dates especials en dates concretes. Middle és com hem esmentat en unes altres ocasions un mediador virtual.

Satisfyer

Mitjançant les dades que anem obtenint de les descàrregues podrem saber si les seccions pensades per a la nostra aplicació són encertades i són d'ajuda per als nostres usuaris. Això podrem saber mitjançant les nostres xarxes socials, per a satisfyer a un client és primordial saber el que pensa i com creu que es pot millorar alguna cosa, cada opinió és vàlida.

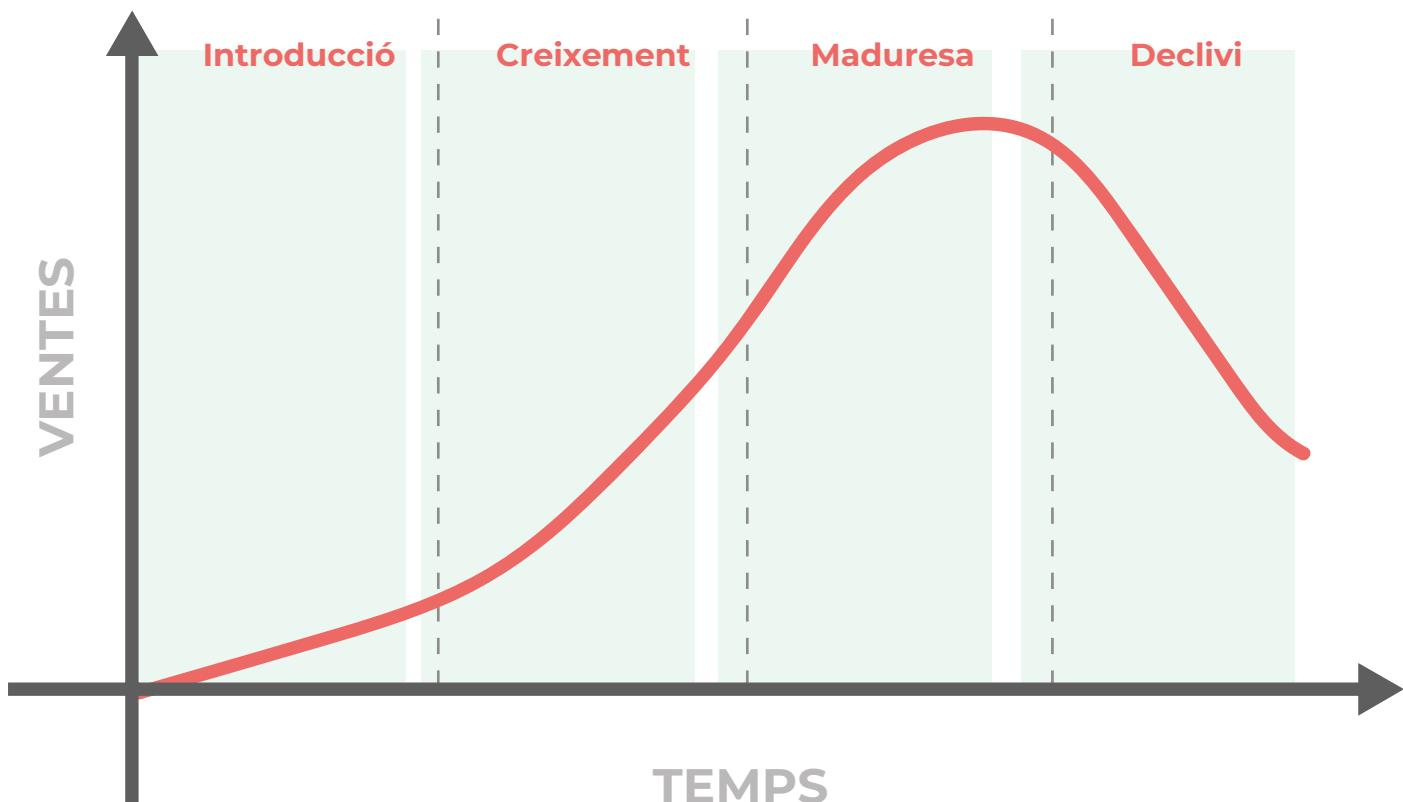
Fidelització

La fidelització és quan els nostres clients potencials fan ús diari de la nostra app. Per a la fidelització dels nostres clients creiem convenient fer algun giveaway en xarxes socials en dates com el dia de la mare, pare i el dia del xiquet.

Cicle de vida

La primera fase és la introducció que el seu nom fa referència a la presentació de la nostra marca, el funcionament que seria mitjançant anuncis i un manual d'instruccions en el qual es detalla com és l'ús de la nostra app. La segona fase és el creixement, en aquesta fase ja comptarem amb una mica més de reconeixement, gràcies a que la publicitat ha donat els seus fruits, és primordial que en aquesta fase seguim amb la publicitat per a poder dur a terme la tercera fase que és l'etapa de maduresa, és una fase d'estabilitat de la nostra marca/aplicació, tot això serà gràcies a la publicitat impresa, digital i al màrqueting boca a boca que s'obté mitjançant el públic diana, com el seu nom ho diu va de boca en boca, si un usuari està satisfet amb el que oferim el recomanarà. La quarta i última fase és la de maduresa, és una fase en la qual el producte arriba a la seva fase final i queda innovador i que no sigui tan notori.

Gràfic Cicle de Vida



Determinació idea final i explicació de l'app escollida

Nosaltres hem triat una App per a parelles divorciades amb fills, ja que pensem que és important, independentment de la relació que tinguin siga cordial o no puguen tindre un seguiment de les activitats i necessitats del seu fill(a) i fills (as).

La bona relació entre parelles separades ens sembla que és important perquè el fill pugui tenir una pau mental i una tranquil·litat que a vegades costa aconseguir en aquestes situacions. A més que en el nostre grup tenim a una integrant que sap els reptes i els problemes que comporta. Així que basant-nos en les experiències viscudes des de dins i investigació creiem que podem fer una bona app.

Els dos pares hauran de crear un compte, que sabrà de linquejar entre ells. En el qual abans de començar han d'especificar, les seves dades i les dels fills, les despeses mensuals de cada un d'ells i per què són, per exemple, l'escola, els extraescolars, el menjar, la roba... i des de l'app cada mes ingressarien a un compte en comú en el qual només es pot ingressar diners, no treure's, i des d'aquest compte es faran els pagaments.

Té diversos apartats més, com serien un calendari amb les dades d'on ha d'estar el fill en quin dia,

l'organització de les vacances... un apartat en el qual es visualitza els problemes de salut, les revisions mèdiques, o qualsevol mena de relació amb la salut del nen o nena.

Tota mena d'interacció entre els pares es faria per aquesta app. Els pares també poden crear un apartat per als fils, i tindran accés només al calendari.

Per què farem aquesta app?

El divorci amb fills és bastant comú, i els pares reben ajuda pel que fa a l'establiment de com han de fer les coses però no després, i això crea bastant conflicte i malestar entre parelles o inclús al fill o filla. Creiem que fer les coses correctament i en pau és molt important per la salut mental dels fills i la nostra app aportaria una ajuda als malentesos.

Nínxol de mercat

El nínxol de mercat està especialment enfocat en aquest petit sector dins de les parelles separades amb fills en comú entre ells, els quals a l'hora de comunicar-se i posar-se d'acord en temes del fill sigui precisa, automàtica i sense molt de contacte entre ells. Que no busquin treballar en equip, sinó una eina que els faciliti mantenir una equidistància entre ells.

Descripció. Producte/servei.

La nostra app és una app que ofereix un servei social pel benestar de les relacions familiars entre pares divorciats.

Oferim una plataforma segura en la qual poden mantenir una relació cordial i formal pel benestar dels fills, i poder mantenir una bona organització sense falta de conflicte o malentesos.

Públic objectiu

El públic al qual ens volem acostar és a parelles separades d'entre uns 30-40 que tinguin fills en comú des de 2 a 16 anys, ja que sabem que portar als fills es requereix més organització i una mica més de treball que en la típica família tradicional.



Debilitats

- Marca poc coneguda
- Fons limitats per a promocionar l'aplicació.
- Empresa d'un únic producte

Amenaces

- Competencia consolidada
- Poca voluntad de los padres en usar la App
- Padres que quieran utilizar nuestra app, pero no estén tan familiarizados con la tecnología

Fortaleses

- Nova App
- És personalitzable i té múltiples opcions
- Facilita l'organització i l'equidistància

Oportunitats

- Escassa competència.
- Demanda oberta
Ajuda per al benestar dels nens
- App gratuïta i sense pagar subscripció

Determinació del format del packaging

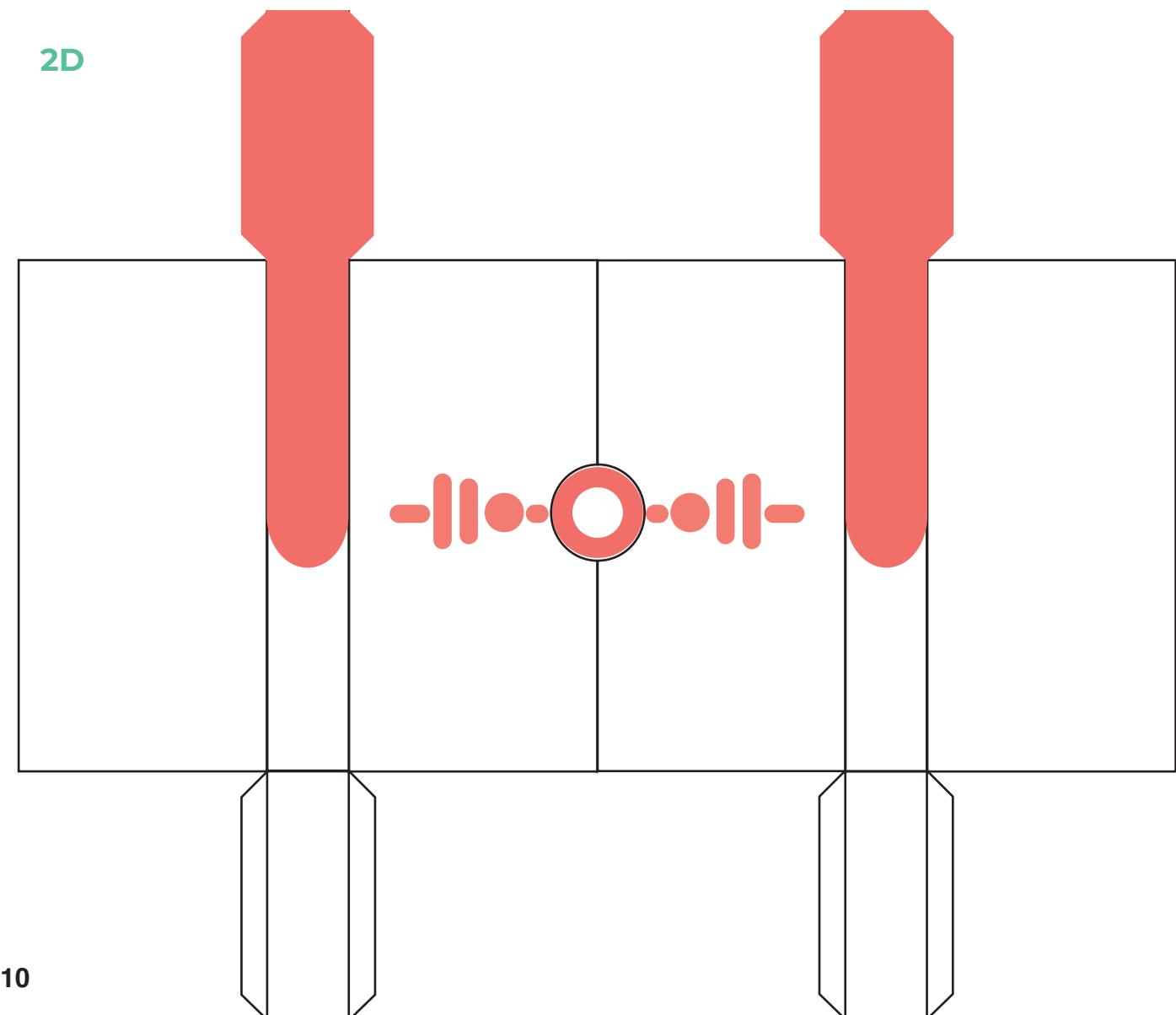
El nostre embalatge consta d'una caixa amb una solapa que és la que solapa de tancament, en la qual està el nostre nom i logo, quan la caixa està tancada se li agreguen dues llengüetes que es fiquen en tots dos extrems de la caixa donant-li així més protecció a l'embalatge. En cada llengüeta està una part del logo, que al costat de la solapa acaben formant el logo.

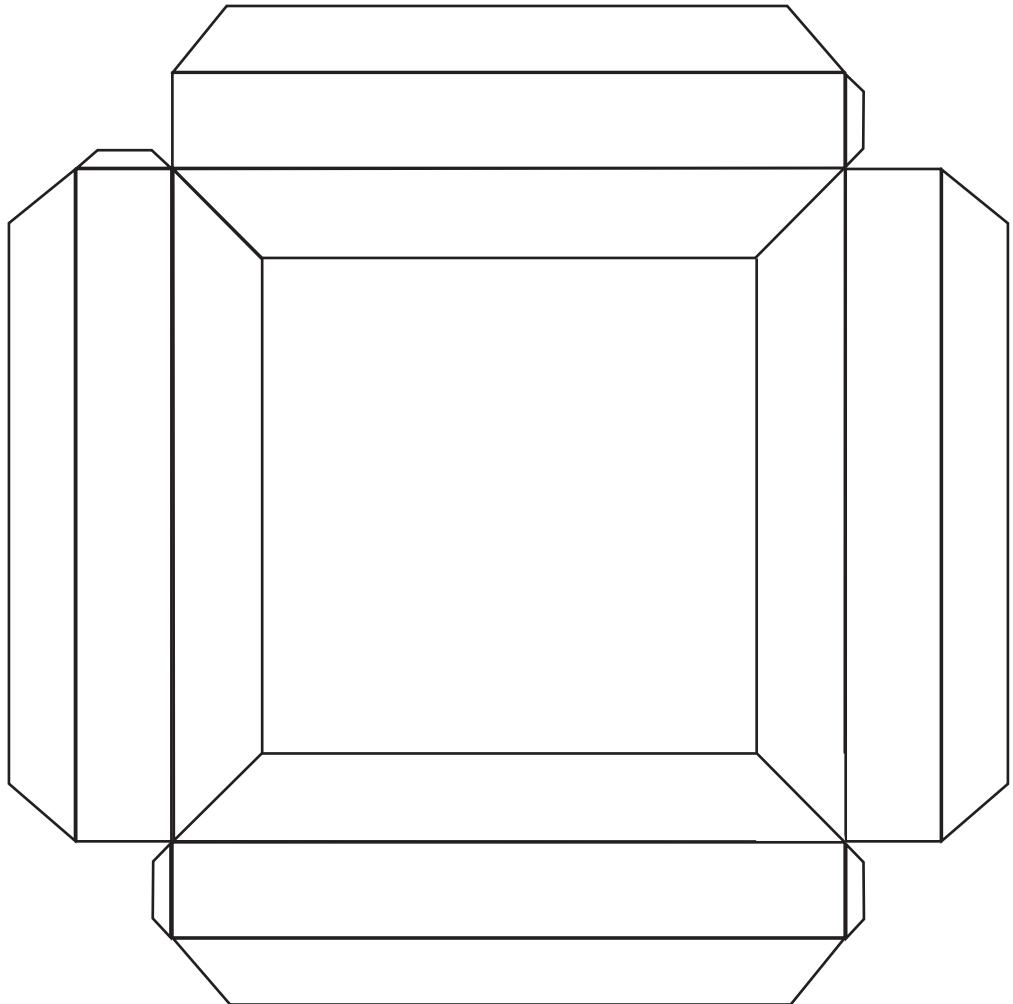
A l'interior de l'embalatge hi ha un llibretó que és el manual d'utilització de middle, també una targeta SD amb els arxius necessaris per a entendre el funcionament de la nostra app, a més d'adhesius i un clauer. El primer que es veurà en obrir l'embalatge serà el llibret i després la resta de coses.

El logo en les llengüetes és una cosa simbòlica, quan l'embalatge està tancat tot junt forma el logo, quan les llengüetes es retiren representen als pares que estan separats, però units pels fills que aquest cas seria la redona i el logo complet en la solapa d'obertura.

El material que hem triat és un cartó de 400 g, considerem que és un material resistent i és ideal per a la creació d'embalatge.

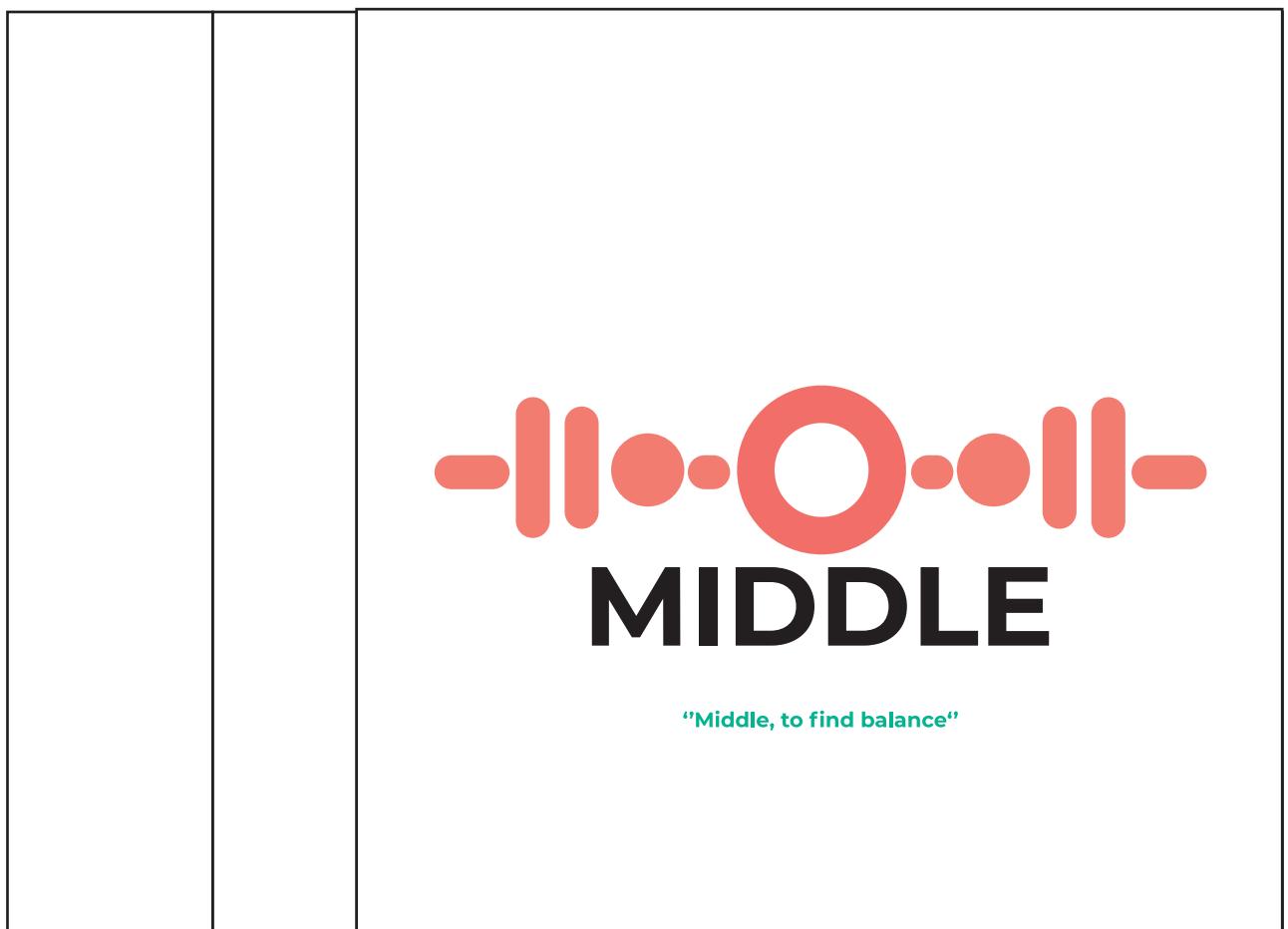
L'estand està format per una base plana en la qual està el nostre eslògan, després està l'altra base que fa de suport per a sostindre els embalatges, la base és plana i després en la part superior està la forma del nostre logo, que juntament amb unes xicotetes solapes aniran enganxades i els 4 packs es col·locaran de manera estratègica en les 4 línies del nostre logo.

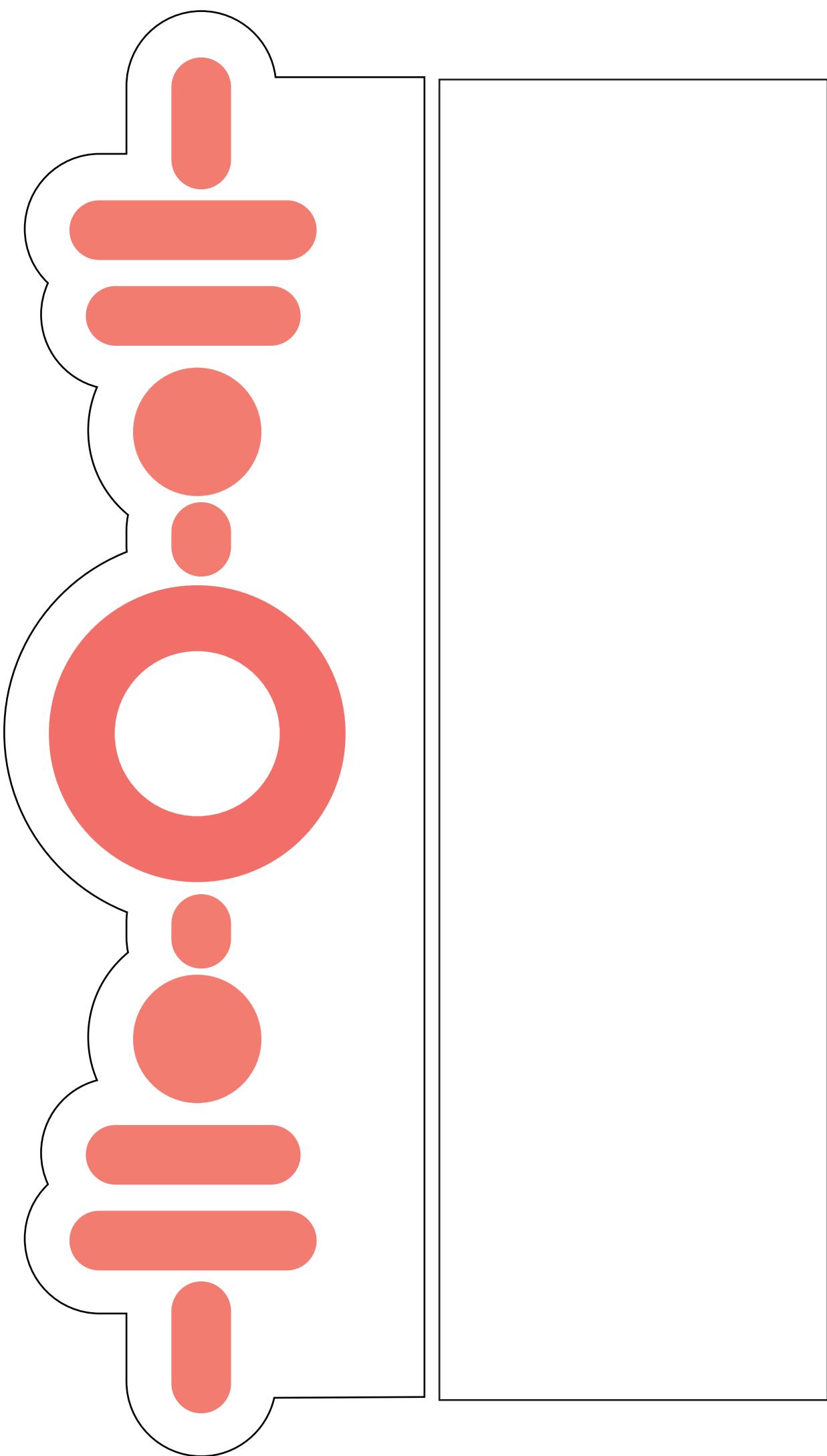




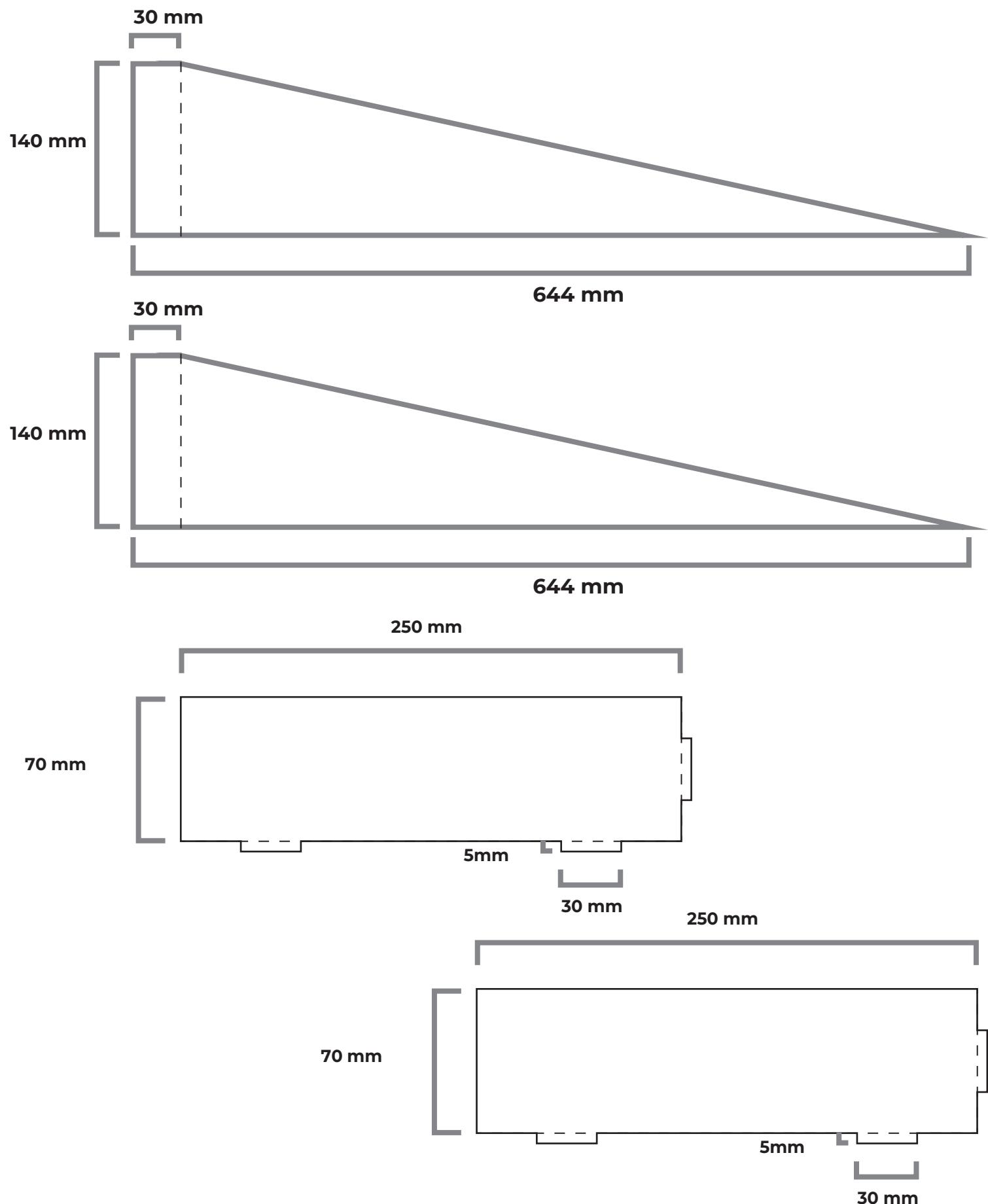
MIDDLE

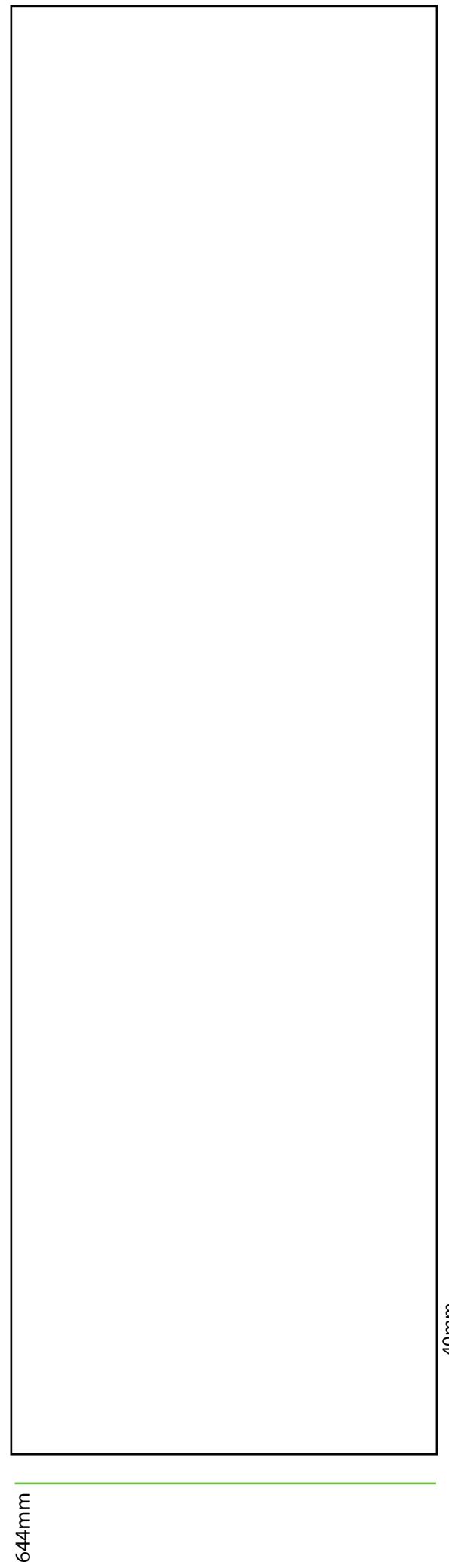
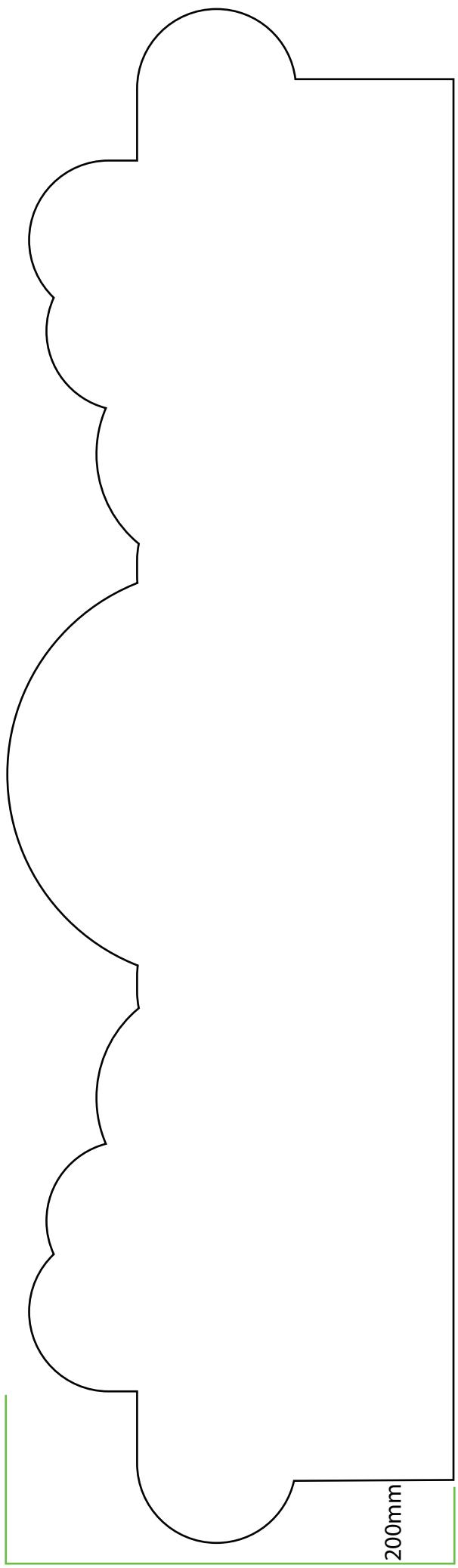
"Middle, to find balance"





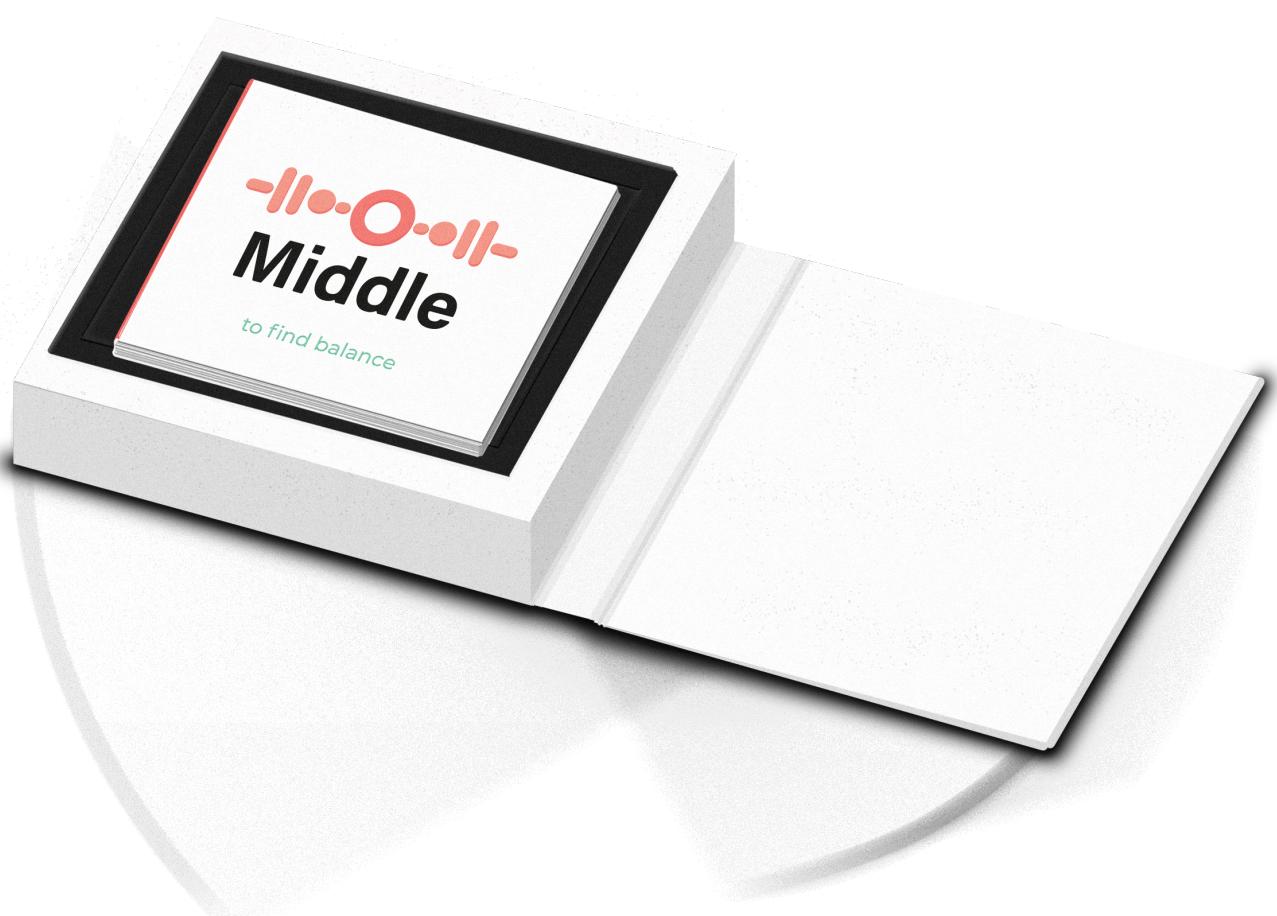
L'encuny no està a grandària real, les mesures si són a grandària real.





3D







Descripción específica de la app

Funcionalitats:

1. Pantalla amb el logo

Quan l'aplicació estigui descarregada lo primer que apareix és una pantalla amb el nostre logo donant una benvinguda a middle, s'ha de clicar el botó que diu "entrar", a continuació s'anirà explicant detalladament els passos a seguir

2. Inicia sessió

Per a l'inici de sessió en cas que sigui és necessarià un correu electrònic i una contrasenya per enregistrar-se i a partir d'allà sempre és podrà entrar amb les mateixes dades personals.

3. Registrar-se

Hi ha 4 apartats en els quals es demanarà informació personal per crear un perfil més complet, dades bàsiques i obligatòries com serien el nom i cognom, número de telèfon, un email amb una contrasenya mínima de 8 dígitos perquè sigui segura. Quan es crea el compte apareixerà una pantalla de textos legals sobre la nostra app.

4. Vinculació

Al omplir les dades i haver-se registrat, apareixerà una finestra per vincular els dos comptes de les persones interessades a fer ús de la nostra app. Això es porta a terme mitjançant dos codis, un per cada compte.

5. Calendari

Quan ja s'han complert els passos anteriors, el primer i el que sempre apareixerà a l'obrir l'app serà el calendari, es podran ficar i actualitzar els dies en els quals cada pare tindrà el seu fill o fills. Es podrà mantenir control i organització de l'educació, extraescolars, hàbits i el que es cregui convenient. Els actes enregistrats aniran apareixent segons s'apropi la data marcada i també apareixerà una notificació, a l'acabar el dia la notificació desapareixerà i apareixeran nous esdeveniments. Es poden afegir fent clic al llapis i demanarà obligatòriament un títol i una hora.

6. Sanitat

En aquest apartat es tenen 4 seccions, que engloben l'historial mèdic del fill, entre les quals es poden trobar: vacunes, receptes, creixement i al·lèrgies. La secció esta pensada per mantenir el control adequat de la salut i el creixement. Un factor important és que si es té més d'un fills sortiran una foto de cadascun la qual es podrà seleccionar per tenir clar quin historial mèdic estem mirant, i tots els apartats de la secció estarán vinculats al perfil.

6.1 Vacunes

En aquest apartat es marquen totes les vacunes que se li han posat a l'infant des de el seu naixement fins a l'actualitat. A l'afegir noves vacunes, demanarà el nom d'ella i data.

6.2 Al·lèrgies

Funciona com una llista, està creada per ser un recordatori en cas de dubte. En cas de voler afegir-ne, només demanarà el nom a què es té al·lèrgies.

6.3 Receptes

És una guia dels medicaments que es pren o s'ha pres el fill, apareix el nom del medicament, els grams, com s'insereix, la quantitat de vegades que es pren al dia i les dates de principi a fi que s'ha pres. Al voler afegir un medicament s'hauran d'omplir les dades dictades anteriorment.

6.3 Creixement

En el creixement hi ha diversos subapartats que fan un seguiment del creixement continu de l'altura, el pes i l'alimentació. Cadascun funciona amb dates, que al llarg del temps es converteixen en notes en les quals es poden comparar els canvis que ha fet l'infant.

Descripción específica de la app

7. Moneder

El moneder consta de dues parts que estan en forma de llista, la primera part es veurà el que s'ha de pagar, que portarà un nom i el dia que s'ha d'efectuar el pagament. També es pot trobar els pagaments que s'han efectuat amb la data que s'ha pagat. Amb un gràfic que representa els despeses i un percentatge de les despeses mensuals.

8. Contactes

Es poden crear els contactes que es considerin necessaris, funciona igual que una agenda, consta d'un buscador i quan es fa clic en algun contacte es pot veure la interacció, editar i trucar.

9.Àlbum

Oferim la possibilitat de poder compartir fotos de les experiències i en general del dia a dia amb la finalitat que cap dels pares es perdi ninguna de les activitats dels seus fills. És podrà pujar a l'app des de la galeria o el núvol.

9.Documents

Te una funció similar a la de l'àlbum, aquesta secció permet tenir accés a tot tipus de documentació del nen per facilitar qualsevol tràmit relacionat amb el metge, escola... en conclusió, és una carpeta virtual d'emmagatzematge.

10.Documents

Te una funció similar a la de l'àlbum, aquesta secció permet tenir accés a tot tipus de documentació del nen per facilitar qualsevol tràmit relacionat amb el metge, escola. En conclusió, és una carpeta virtual d'emmagatzematge.

11. Perfil

El perfil es fica i està ubicat al menú, aquí es pot veure qui es pot veure el perfil propi, i les persones associades. Es poden vincular més d'un perfil. Els fills poden tenir perfils que els permetrà interactuar de la forma en la qual els administradors (pares) els hi donin accés.

12. Nous perfils

Per afegir un fill s'ha d'entrar al perfil i fer clic a afegir, això portarà a una pantalla en la qual s'han d'omplir amb diferents dades tant com el nom, edat DNI... a l'acabar es podrà interactuar i veure les dades del perfil omplertes anteriorment.

13.Botó d'emergència

Apareix un botó d'emergència en el menú principal i és per qualsevol mena d'emergència important relacionada amb algun dels infants. Quan es cliqui aquest es farà una trucada automàtica al número escollit i ofereix l'opció de fer una trucada o video-trucada.

14. Menú tres puntos, menú deslizante y chat

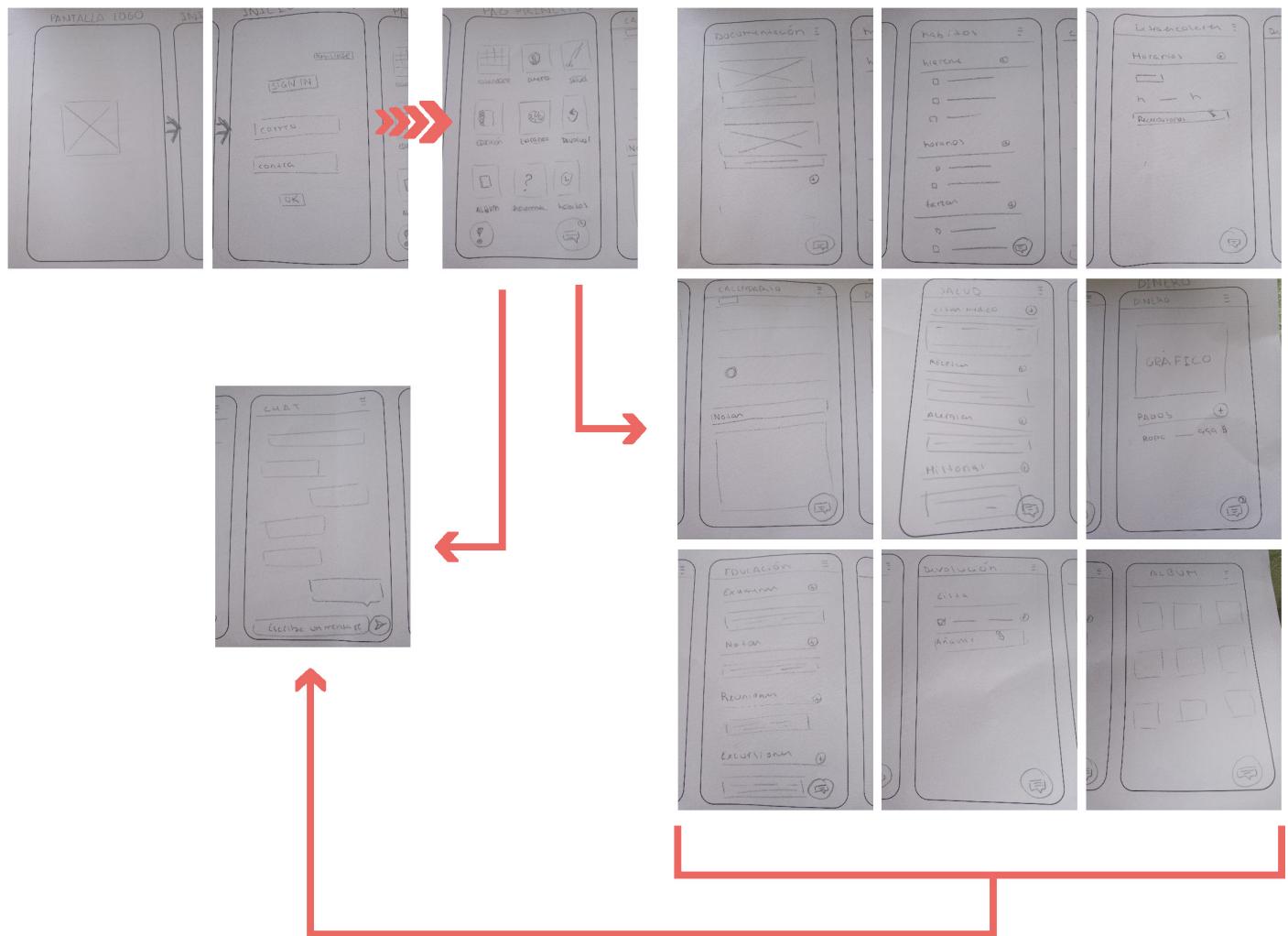
El perfil es fica i està ubicat al menú, aquí es pot veure qui es pot veure el perfil propi, i les persones associades. Es poden vincular més d'un perfil. Els fills poden tenir perfils que els permetrà interactuar de la forma en la qual els administradors (pares) els hi donin accés.

Requisits

La nostra app com a requisits tindrà:

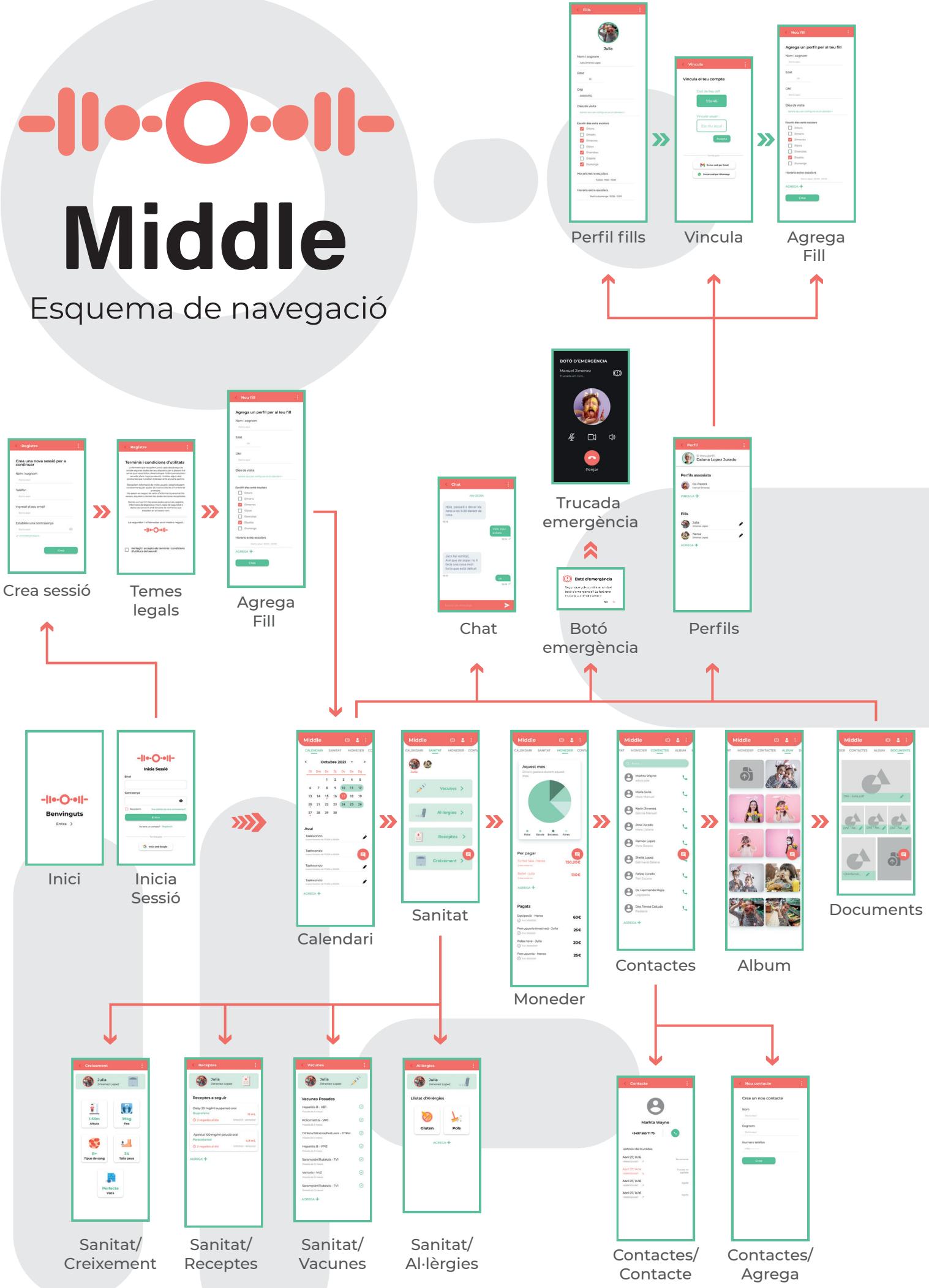
- Crear-se un compte per a tenir un usuari.
- Posar dades personals tant dels fills com dels pares (Informació d'usuari).
- Posar el teu compte bancari (encara que es puguin fer els pagaments a través de PayPal).

Esbossos previs



Middle

Esquema de navegació



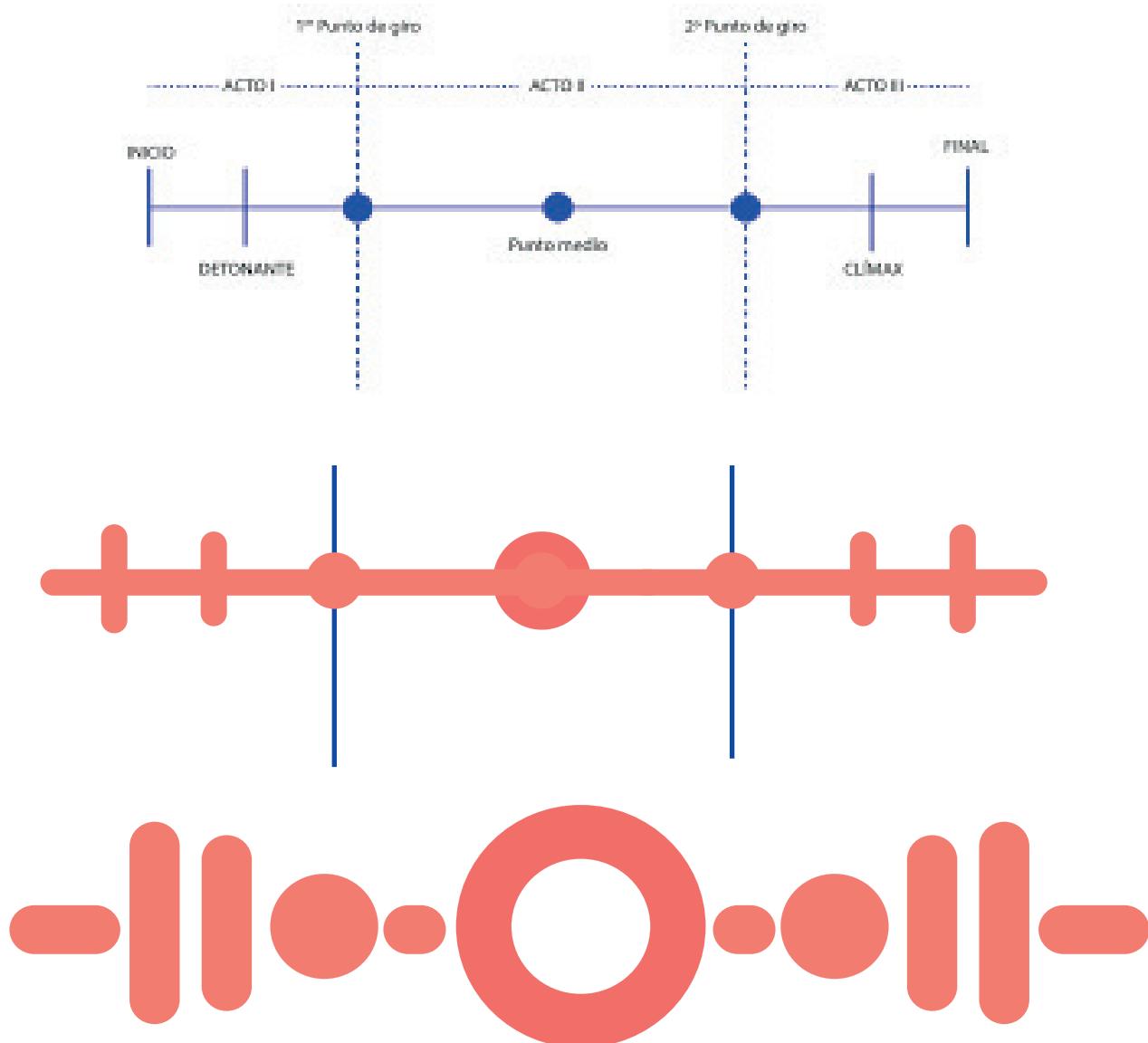
Procés d'elecció de la marca

Idea

El nostre logo està inspirat directament en la teoria del punt mig aristotèlica. Cada component del logo representa un estat diferent per a situar aquest anomenat punt mitjà. Aquesta definició és exactament el que la nostra marca busca transmetre.

Evolució.

Es va començar per reemplaçar els elements d'un esquema explicatiu de la teoria de la virtut per formes semblants. Després de posar-los un gruix de 13pt, reemplaçar el color pel de la marca corporativa i ajuntar aquests elements va néixer el logo de Middle.



Versions.

La imatge corporativa de middle pot ser tant de manera icona+lletra o solo la icona girada 40°.



Espai at

Perquè el logo pugui respirar ha de tenir un espalat, proporcionalment per tot el requadre que ocupa, de la mateixa grandària de les rodones que simbolitzen els punts de gir en el nostre logo.



Tipografia.

Per al nom de la marca es fa servir la tipografia Acumin Bold. Però per a textos o l'eslògan es fa ús de la Montserrat i totes les seves variants (en eslògan la variant mèdium).

Acumin Variable Concept

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

1234567890

Montserrat

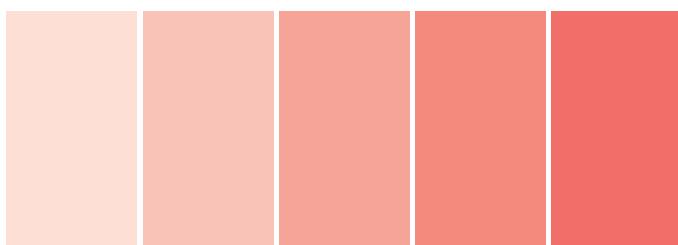
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

1234567890

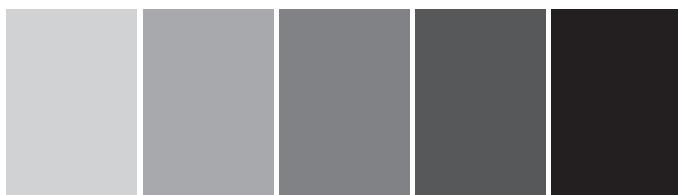
Colors corporatius.

Els colors que representen middle són triats concretament per a cridar l'atenció del nostre públic, però de manera que en veure'l s transmetin tranquil·litat i neutralitat a la mateixa vegada.



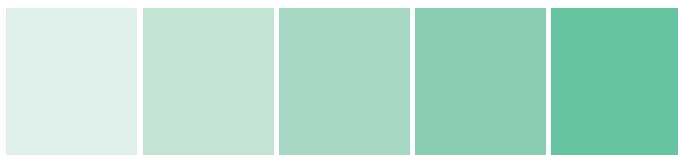
#ed6964

Primer color de marca (logo)



#1d1d1b

Segundo color de marca (letra logo o textos)



#73c09e

Segundo color de marca (fondos o slogan)

Marketing

En primer lloc el nostre objectiu més gran es fidelitzar la nostra marca, arribarem a aquesta meta a través de la nostra audiència o públic objectiu. El nostre target son adults de entre 30 i 40 anys, pares recentment divorciats o en procés de divorci que el seu major interès es el benestar dels seus fills. La nostra estratègia està dividida en tres parts. La primera, es la publicitat impresa en la què farem uns flyers i tríptics.

Després, farem publicitat online, i per últim i tercera part, el marketing boca a boca. Tot això ho durem a terme simultàniament per a aconseguir i veure resultats. Cadascuna de les parts que hem esmentat les hem triades sobre la base de plantejaments i possibles escenaris en els quals creiem que nostre target pot veure o llegir sobre el nostre producte.

En la publicació impresa promocionem la nostra aplicació amb flyers. Els punts clau són llocs com a gelateries que per exemple ara a l'estiu els pares ixen amb els seus fills a fer passejos més llargs i de temps indefinit, un altre lloc són els gimnasos, la majoria de persones divorciades d'entre uns 30 i 40 anys busquen posar-se en forma, també estan els punts de trobada que juguen un paper molt important per a les famílies divorciades, considerem que ací tindrem més possibilitats de trobar persones que estiguin dins del nostre target, l'última opció és la més habitual, però no deixa de ser efectiva, els col·locarem pel carrer a més de repartir-los en parcs prop de col·legis en hores específiques, com per exemple a l'hora d'entrada o sortida de classes. Creiem que tots aquests punts són un bon començament per a donar-nos a conèixer.

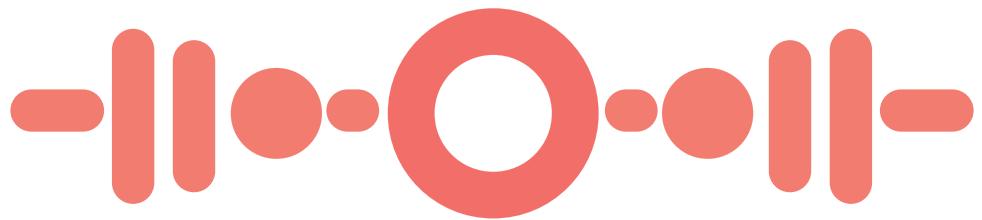
Les xarxes socials que utilitzarem per a la nostra publicitat en línia seran facebook i instagram, a més d'una aplicació anomenada Tinder. El nostre procediment serà similar, publicacions al matí i a la vesprada que són les hores les que més es consumeixen en xarxes socials. La majoria d'applicacions utilitzen un filtre que pot anar des de gènere, edat i estat civil. Tant facebook i instagram utilitzen un funcionament molt semblant a l'hora de dur a terme el tema de publicitat.

El primer que cal fer és seleccionar un objectiu o abast, en el nostre cas és atraure al major número de públic possible, ací hem de decidir la interacció que creiem convenient sobre la base del nostre target. La nostra campanya tindrà com a nom Middle, el primordial és definir el públic, la nostra segmentació serà personalitzada, és a dir que posarem un filtre d'edat a les persones a les quals va dirigir nostre el nostre anunci.

En cada anunci es tindrà accés directe per a poder realitzar la descàrrega. També contactarem amb una influencer anomenada Carmen Osorio Suárez, el seu perfil concorda amb el que busquem, és una persona constant i que ens compta el seu dia a dia sent mare. És dinàmica i té molta interacció amb els seus seguidors, constantment està provant i recomanant coses que li agraden o li semblen curioses, és una bona opció per a promocionar la nostra aplicació. Tinder és una altra manera de tindre un espai diferent i en el qual sabem que pot ser més vist. En aquesta aplicació no sols hi ha persones del nostre target i ens obri més portes, farem una segmentació específica del nostre públic diana. Els anuncis es passaran més als matins i a les vesprades perquè són les hores en les quals més es veu el mòbil.

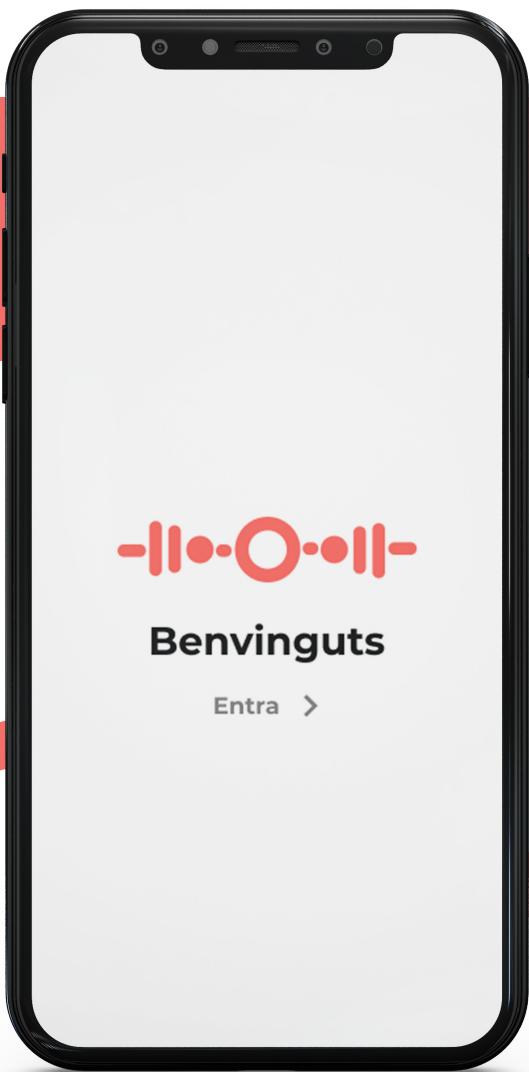
L'última pauta a seguir és el màrqueting boca a boca, com el seu nom ja ho diu, funciona gràcies a una persona utilitza o ha escoltat de la nostra app i el servei ha sigut satisfactori, la recomanarà i així successivament. Aquesta pauta cobrarà sentit quan la part un i dues hagin sigut efectius.

Alguns exemples:



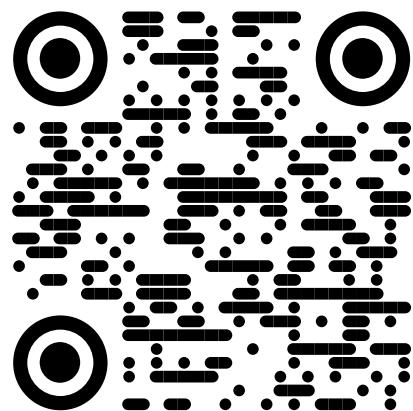
Middle

To find balance



Una plataforma que garanteix la equidistància i que evita les relacions directes entre ex-parelles, per una més cordial.

¡Descàrrega ja!





Middle

To find balance



Middle és una aplicació d'ajuda social. Oferim una plataforma que garanteixi la equidistància i que eviti les relacions directes entre ex-parelles conflictives.

no busquem unir famílies, sino ser un utensili que faciliti la comunicació, el ordre i el benestar dels fil.

Make the balance_





Breiffing

Empresa

- Middle, empresa fundada en 202
- Ajudar la salut mental de famílies separades.
- Estabilitat emocional, benestar, bona comunicació i organització

Producte

- Ofereix un servell via una app digital d'ajut social.
- Bona relació qualitat-preu

Competencia

- 2beapart
- Splitwise
- Our family wizard

Objectiu

- Oferir alternatives que millorin la experiència de un divorci i les seqüeles d'ell.

Problema

- Poca familiarització amb la tecnologia(muchos padres)
- No estar disposat a fer un canvi positiu.

Target

- Persones de entre 30-40 anys
- Pateixen dificultats de comunicació
- Fills d'entre 2-18 anys els
- Classe baixa o mitja.

Anàlisi de la situació

- Persones de entre 30-40 anys
- Pateixen dificultats de comunicació
- Fills d'entre 2-18 anys els
- Classe baixa o mitja.

Terminis

Hem tingut un termini d'aproximadament un mes per a dur a terme cada part del projecte que inclouen arts finals per a la impressió i codi per a l'aplicació, a més de la part teòrica.

Llistat de tecnologies utilitzades:

Per dur a terme aquest projecte hem fet servir diverses tecnologies;

Word: per deixar les informacions per escrit com la memoria, pluja d'idees etc.

Indesign: s'ha completat la maquetació del llibretó i de la memòria

Photoshop: s'han fet els mockups, retocs de les imatges necessàries i algun disseny.

Figma: creació del disseny de la app,

Atom: creación de la app HTML - CSS.

Illustrator:creació de logo i troquels estand.

Premiere Pro: creació del vídeo promocional.

Càlcul de costos

TIPUS DE COSTOS	Cost (salari)	Hores invertides	Preu/hora	Uni
COSTOS DIRECTES (imputat directament)				
MÀ D'OBRA				
preu dissenyadora		29,00	25,00	
Figma		40,00	25,00	
HTML / CSS		40,00	25,00	
Creació cixa i estand		14	15	
Campanya de marqueting		6		
defensa del producte		2		
MATÈRIA PRIMA				
enviar a imprenta				
TOTAL				

Seguiment projecte Abril - Maig

Seguiment projecte Abril - Maig

Defensa

Molts vincles entre pares i fills poden ser afectats a causa de les relacions que porten les exparelles entre elles. Quan una parella amb fills es divorcia, majoritàriament es creen conflictes respecte a les decisions que han de prendre, lo que resulta a crear baralles i, els infants poden arribar a pensar que es volen mal entre ells, que són la causa del problema, o fins i tot poden arribar a sentir abandonament de part d'algún parent, lo que pot arribar a afectar la salut mental de l'infant. Situacions com aquestes són les que volem evitar.

Una vegada divorciats és important tornar a establir una rutina per equilibrar els nens. Si dues parelles són conflictives, les decisions es prenen per a ells en un jutjat, a seguiment d'això, Middle ofereix un ajut a l'hora de respectar les normes establertes, evitar conflictes i garantir la equidistància.

Si algun comportament erroni es observat de part d'un dels dos pares, queda enregistrat en l'app, és a dir, si no es fa un pagament, o algun missatge innecessari és enviat, es tindran proves, ja que no és per esborrar res i facilita la investigació i solució del conflicte. Deixant totes les informacions "per escrit" evitara mentides. Per altra part, l'app consta d'un calendari amb alts recursos d'organització de tota mena, com podria ser receptes mèdiques, al·lèrgies, calendari...

D'aquesta forma, evitant el creuament entre ex-parelles i amb una estabilitat per a tothom, no només millora el rendiment de la relació dels pares i la seva organització, sinó que també afecta positivament en la salut mental dels possibles fills.

El nostre logo està basat en la teoria del punt mig de aristóteles, si l'analtzem, podem veure un centre amb dos costats equivalents, representa divisió estabilitat i igualtat, cada costat es una família, una casa diferent però que valen el mateix.

Hem escollit un variant del color entre el vermell i el taronja per representar la marca, és un color neutre sense qualificació de gènere.