

Conceptualització i disseny d'un portal de serveis per al sector de reformes i interiorisme

Memòria de Projecte Final de Grau/Màster
Màster Universitari d'Aplicacions Multimèdia
Itinerari professional

Autor: Ana García Gómez

Consultor: Sergio Schvarstein Liuboschetz

Professor: David García Solórzano

21/06/2015

Crèdits/Copyright

Aquest Treball Final de Màster està subject a la llicència de Creative Commons, Reconeixement-NoComercial-CompartirIgual. D'aquesta manera, s'ha de reconèixer a l'autora del treball Ana García Gómez, no es pot fer servir cap document de l'entrega final amb objectius comercials i sempre que es faci servir amb o sense modificacions, el producte resultant s'ha de compartir sota la mateixa llicència.

A banda de l'entrega definitiva del Treball, s'adjunten diferents parts de documentació com ara l'Informe de Treball, la Presentació o aquesta mateixa Memòria, que estaran subjectes a la mateixa llicència.

Per fer aquest TFM s'han fet servir algunes imatges de tercers:

Logos oficials de les Xarxes socials Pinterest, Twitter, Youtube i LinkedIn. En aquests casos s'ha disposat dels logos que les respectives marques ofereixen per col·locar com enllaços de les pàgines pròpies a les pàgines de les xarxes socials, legítimament.

Un cas semblant, ha sigut l'utilització de dos logotips com ara el de Construmat o Eurobrico, oferts amb fins promocionals als dossiers de premsa oficial de les fires.

Les imatges de tercers que es fan servir per il·lustrar el web són de l'autor Ferenc Keresi, que les posa a disposició de l'usuari amb llicència de domini públic a la pàgina www.pixabay.com.

Finalment, s'ha de reconèixer a Sergio Schvarstein Liuboschetz com a consultor d'aquest Treball Final de Màster.



Resum

L'entorn actual demostra contínuament les avantatges que suposa la incorporació de les TIC als diferents sectors del món laboral. Tot i així, queden professionals i nínxols on encara l'ús de les noves tecnologies de la informació no ha estat integrat, suposant una escletxa digital que allunya a alguns sectors, de l'èxit del seus objectius de negoci.

En concret, es considera que encara molts professionals del sector de les reformes i l'interiorisme a Catalunya, no han analitzat ni gestionat les oportunitats de treball que faciliten les TIC. Per aquest motiu, aquest Treball Final de Màster pretén conceptualitzar i dissenyar un servei impulsor de microempreses i petites empreses del sector de les reformes i l'interiorisme. Amb aquest fi, ha de posar en contacte als professionals del sector amb els seus clients finals, per tal de facilitar el negoci dels primers i satisfer les necessitats dels segons.

Per arribar a complir amb aquest objectiu principal, es pensa en diferents opcions com ara fer una aplicació mòbil per a professionals, en la creació de pàgines web personalitzades o en un portal web. Com a l'opció més integradora s'estima la creació del portal web, s'estudia la seva viabilitat marcant un model de negoci a seguir, s'analitza la promoció i posicionament web valorant la seva rellevància i es recullen diferents productes i serveis dins del marc del portal web.

Aquest projecte és una oferta destacable pel sector de les reformes i l'interiorisme català, sempre i quan s'impulsi de forma impecable a nivell de promoció i posicionament web i arribi al professional de la forma més personalitzada possible.

Tot i que les TIC siguin ja una realitat aparentment instaurada al món professional, encara queda camí per recórrer i aquest projecte es podria considerar extrapolable a altres sectors del món laboral.

Abstract

The current environment shows continuously the advantages of incorporating ICT in different sectors of the labour market. However, there are still a lot of professionals and market niches that don't use the new information technology. This fact causes a digital gap that could get them away from the success of them strategic business goals.

In particular, it's considered that many professionals of interior design and reform sectors in Catalonia have not analyzed or managed the oportunities given by ICT. For this reason, this End of Master Project aims to conceptualize and design a promoter service of micro and small enterprises whose activity is the interior design or home reforms. To this end, the service should contact the professionals with their customers, in order to facilitate the business of firts and satisfy the needs of seconds.

There are diferent opcions such as developing a mobil application or creating personalized web pages or a portal web to reach the End of Master Project goals. Finally, creating a portal web is estimated as the most inclusive option because it could collect diferents products. Consequently, the viability and the business model is studied and the promotion and SEO is assesed.

This project is a remarkable offer for interior design and home reform sectors in Catalonia. Having said that, it's indispensable to emphasize the importance of a good promotion, best SEO and get to the professional as much personalized way as possible.

Although ICT is already established in the professional world, there is still a long way to go. This End of Master Project could be considered translatable to others areas of working world.

Paraules clau

Portal web, interiorisme, reformes, pressupost, opinions, buscador, articles, decoració.

Índex

Capítol 1: Introducció	7
2. Descripció/Definició	8
3. Objectius generals	9
4. Metodologia i procés de treball	100
5. Planificació	111
6. Pressupost	13
7. Estructura de la resta del document	144
Capítol 2: Anàlisi	15
1. Estat de l'art	15
2. Públic objectiu i perfils d'usuari	16
3. Promoció i posicionament web	17
4. Definició d'especificacions del producte	17
Capítol 3: Disseny	18
1. Arquitectura de la informació, disseny gràfic i interfícies	18
1.1 Estils	22
1.2 Usabilitat i <i>web responsive</i>	22
Capítol 4: Conclusions i línies de futur	24
1. Conclusions	24
2. Línies de futur	25
Bibliografia	26
Annexos	27
Annexo A: Lliurables del projecte	27

Figures i taules

Índex de figures

Figura 1: Esbós Home de Beimes	¡Error! Marcador no definido.9
Figura 2: Iniciar sessió Beimes. Sessió personal del professional	20
Figura 3: Pàgina de Sol·licitud de pressupost.....	21
Figura 4: Colors portal web.....	22
Figura 5: Logo Beimes	22
Figura 6 i 7: Versió mòbil de la pàgina principal amb pestanyes recollides i exteses.....	23

Índex de taules

Taula 1: Planificació	11
Taula 2: Pressupost simplificat	13

Capítol 1: Introducció

1. Introducció

Aplicacions Multimèdia és un nom prou abstracte com perquè et preguntin sobre què s'estudia "realment" al Màster que curses. Per això, quan vaig arribar al Treball Final de Màster, vaig voler decidir un tema que m'ajudés a clarificar, endreçar i confirmar allò après al llarg d'aquest temps. Ambiciós, sí. Però finalment, he conseguit aquesta llista d'objectius gràcies al treball realitzat.

El portal web en sí és, si més no, una excusa per trobar una idea relacionada amb les TIC, que pugui fer que aquell entorn allunyat de les noves tecnologies de la informació s'apropi a les mateixes i arribi amb més facilitat als seus propòsits de negoci. Així, entre d'altres, he escollit el món de les reformes i de l'interiorisme per ser un sector especialment castigat per la crisi i perquè m'he trobat o bé amb la necessitat de trobar un professional de confiança, o familiars i amics del sector que es quedaven enrere perquè el "boca a boca" de sempre se'ls hi quedava curt.

El tenir la idea d'un negoci relacionat amb les Aplicacions Multimèdia, desenvolupar-la, planificar-la, saber-la acompanyar amb el posicionament i promoció web que avui necessiten les idees per ser impulsades, i la capacitat de fer un primer disseny perquè es pugui continuar amb el prototip i la producció, han sigut les claus i el recorregut imprescindible per assolir els propòsits mencionats a l'hora de decidir el tema del TFM.

Això ha implicat desenvolupar la conceptualització de un portal web, marcar el seu model de negoci, fer una introducció al model de posicionament i promoció web, realitzar una part important del disseny del portal, i finalment, extreure les conclusions necessàries per ser capaç de portar a terme projectes similars en futures ocasions en un entorn laboral.

2. Descripció

El tema escollit per aquest Treball Final de Màster consisteix en la conceptualització i disseny d'un servei impulsor del sector de les reformes i l'interiorisme.

En un primer moment, es pensa en la necessitat d'ampliar la cartera de clients de diferents professionals, de microempreses i petites empreses del sector de les reformes i l'interiorisme. Aquesta ampliació de clients, s'entén com un requeriment fonamental perquè la feina d'aquests professionals sigui constant i s'enfoqui principalment, més que en la búsqueda de nous contactes, en la feina especialitzada que realitzen.

Tot i que avui dia existeixen webs que ajuden a professionals i els seus clients a posar-se en contacte, encara és rellevant la forma tradicional de buscar nous clients mitjançant agenda habitual, o boca orel·la. En canvi, els seus clients potencials comencen a tenir el smartphone com eina important i cada cop de més confiança a l'hora de fer compres o buscar serveis que cobreixin les seves necessitats.

En aquest sentit, i un cop analitzat l'entorn, es desenvolupa un portal web que posa en contacte els professionals de les reformes i l'interiorisme amb el seus clients, satisfent les necessitats d'ambos d'una forma senzilla i pràctica.

A més a més, s'ofereixen una sèrie de serveis que complementen aquest objectiu i comporten una experiència d'usuari satisfactòria del públic del portal web Beimes. Aquest no només és un portal on es posa en contacte a les diferents parts d'un negoci, sinó que també és font d'informació per totes les parts, amb seccions dedicades als dos grups de públic objectiu, amb servei premium per a professionals amb diferents productes al seu abast, amb valoracions de tots els usuaris que ajudan al client a decidir-se per contractar determinats professionals, etc.

Com a resultat d'aquell treball final centrat en la conceptualització, el model de negoci, la promoció i el posicionament web i el disseny del portal web Beimes, servei impulsor del sector de les reformes i l'interiorisme, es tindrà tota la documentació necessària per continuar el projecte des del prototip i passar a la fase de producció del mateix.

3. Objectius generals

Objectius del servei:

- Ser impulsor de microempreses i petites empreses del sector de les reformes i l'interiorisme a Catalunya posant en contacte als professionals amb els seus clients, per tal de facilitar el negoci dels primers i satisfer les necessitats dels segons.
- Exposar un model de negoci viable del servei ofert i de la incorporació de les TIC per un sector desvinculat de forma directa d'aquest entorn.

Objectius per al client professional:

- Obtenir més ofertes de treball.
- Romandre informat de les novetats del sector, incloent les tendències que atenen a les valoracions i opinions dels seus clients.

Objectius per al client no professional:

- Trobar de forma eficient i confiadament un professional que cobreixi les seves necessitats relacionades amb el sector de les reformes i l'interiorisme.
- Tenir l'opció d'expressar la seva opinió respecte als treballs realitzats.
- Navegar i descobrir idees que puguin inspirar o ensenyar a fer algun tipus d'arreglo o reforma a la vivenda.

Objectius personals de l'autor del TF:

- Integrar i afiançar els coneixements adquirits al màster tant de continguts, gestió i producció, com de disseny d'interfícies de projectes multimèdia.
- Desenvolupar un projecte atractiu, eficaç, pràctic i que representi la màxima confiança per totes les parts, valorant la continuació d'aquest projecte després del Màster o la creació de nous projectes relacionats.

4. Metodologia i procés de treball

La intenció definitiva des d'un primer moment, ha sigut prestar un servei impulsor per a professionals del sector de les reformes i l'interiorisme. Dins d'aquesta idea, es veu un ventall de possibilitats entorn a la creació de diferents ofertes de productes al món de les TIC. Primerament, es presenta la possibilitat de conceptualitzar una pàgina web model per a professionals. Paral·lelament, es mostra la idea de fer un portal web amb diversos serveis on el professional pogués accedir a les demandes dels seus clients i aquests poguessin aconseguir al professional millor adaptat a les seves necessitats i opinar sobre ells.

Veient les àmplies opcions que recull la idea de crear un servei impulsor relatiu al sector de les reformes i a l'interiorisme, es veu una tercera opció relacionada amb la creació d'una aplicació que donés suport al treball del professional on pogués tenir les ofertes de feina i altres dades rellevants per a la seva labor.

Recollint les opcions possibles, es considera que totes les idees han de centrar-se en un portal web, anomenat Beimes, i que a partir d'aquest existeixin diferents opcions de donar suport als professionals i als seus clients.

Així, tenint en compte el temps del qual es disposa i la qualitat que es vol entregar, es determina fer la conceptualització del portal web i una part important del seu disseny. A més a més, es veu la importància del model de negoci que es vol seguir per tal que el projecte sigui viable, i es fa un apartat relacionat amb l'esmentat model de negoci i dels productes que el portal podrà posar a l'abast dels seus clients. Per reforçar el model de negoci i per assolir l'èxit del mateix, es considera indispensable un bon plan de promoció i posicionament web i per tant, es presenta un recull del que hauria de ser el primer plan de màrqueting digital del portal web Beimes. Addicionalment, es presenta una primera versió de pressupost que ajudi a entendre les dimensions del projecte.

Es considera que el portal és la millor decisió dins de totes les opcions analitzades perquè és un aparador i centre d'operacions que recull les múltiples possibilitats que pot oferir el tipus de servei que es pretén posar a disposició del públic objectiu.

Després d'avaluar i fer una recerca important sobre com havia de ser el portal web Beimes, es redacta la conceptualització del portal tenint en compte els punts forts que havia de tenir i pensant constantment en que el projecte havia d'estar alineat amb els objectius de negoci establerts.

Amb aquesta mateixa intenció es fa l'arquitectura de la informació del portal web i es desenvolupen les pautes gràfiques, el diagrama de fluxes, el guió interactiu, les pantalles principals en baixa resolució i les mateixes pàgines en alta resolució. Es fan servir diferents programes relacionats amb el disseny d'interfícies gràfiques com ara Axure RP Pro 7.0, Adobe Photoshop per a la creació del logo o Indesign per a la primera maquetació de la pàgina principal.

D'aquesta forma, acabar tots els models de pàgines en baixa i en alta resolució i realitzar un prototip serien les feines pendents de cara a la possibilitat de continuar amb el projecte després de l'entrega final del treball. Posteriorment es podria passar a la producció i programació del mateix.

5. Planificació

Des d'un primer moment, el projecte es considera un projecte ambiciós que val la pena portar a terme. Un dels motius fonamentals és la quantitat d'informació relativa a allò aprés al Màster es pot veure consolidada amb la realització d'aquest TFM.

S'analitzen els quatre valors crítics per l'èxit d'aquest projecte com són el temps, el cost, la qualitat i l'abast. Així, es traça una primera planificació comptant amb les diverses entregues parcials que serveixen de guia per l'entrega final. Es valoren diferents riscos que s'han de tenir en compte a l'hora d'enfrontar-se al projecte final i s'intenta fer front amb ells al llarg de tot el projecte en alguns casos havent de canviar la planificació preestablerta.

A continuació es presenta la primera planificació i les correccions que s'han hagut de redirigir al llarg d'aquest TFM:

Activitats i tasques	Durada (dies)	Inici	Fi previst	Fi real	Descripció
PAC 2: Mandat del projecte i planificació	21	17/03/2015	08/04/2015	08/04/2015	Definició d'objectius i planificació.
Documentació del projecte: _Estat de l'art _Objectius i abast _Planificació	21	17/3/2015			
Acta de constitució del projecte	1	11/04/2015	11/04/2015	18/04/2015	Es redacta després de marcar definitivament l'abast del projecte, doncs es comenta la possibilitat de fer una reorientació del mateix.
PAC 3: Entrega 1	21	13/04/2015	27/04/2015	04/05/2015	Primer lliurament parcial del projecte. Es pacta l'entrega amb el consultor.
Documentació del projecte: _Treball realitzats i seguiment i control	14	13/04/2015	27/4/2015		
Revisió d'objectius i Replanificació	2	19/04/15	20/04/2015		
Conceptualització portal web + seccions relacionades versió 1	21	13/04/2015	04/05/2015		
PAC 4: Entrega 2	20	05/04/2015	25/05/2015	28/05/2015	Segon lliurament parcial del projecte. Es pacta l'entrega amb el consultor
Documentació del projecte: _Treball realitzats i seguiment i control _Explicació de les decisions preses	20	05/04/2015	25/05/2015		
_Revisió de la planificació i objectius	2	05/04/2015	25/05/2015		
Conceptualització portal + seccions relacionades versió 02	3	28/04/2015	30/04/2015		

<i>Disseny de portal web:</i>	23	01/05/2015	25/05/2015		
_Guió interactiu	6	01/05/2015	06/05/2015		
_Diagrames de navegació	5	07/05/2015	11/05/2015		
_Realització d'esbossos de pantalles en baixa resolució	7	12/05/2015	18/05/2015		No s'assoleix portar a terme aquest ítem
_Definició de les pautes gràfiques	5	19/05/2015	24/05/2015		
_Compilació material i entrega	1	25/05/2015	25/05/2015		
_Realització del pressupost	3	18/05/2015	03/06/2015		Es decideix realitzar un pressupost que afavorirà el valor general de projecte, encara que no era un producte en previsió
PAC 5: Tancament	20	26/5/2015	15/06/2015	21/06/2015	Lliurament final del projecte. Entrega pactada amb el consultor.
Realització d'esbossos de pantalles en baixa resolució	3	30/05/2015	01/06/2015		
Disseny en alta resolució	10	28/5/2015	04/06/2015		
Redacció de la memòria	5	05/06/2015	09/06/2015		
Presentació del TFM	5	10/06/2015	15/06/2015		
Defensa del projecte	17	16/6/2015	3/7/2015		Procés d'avaluació.

Taula 1: Planificació

Les desviacions han estat marcades per diferents factors:

- Un primer exercici de reflexió conjunta amb el consultor i el professor sobre una possible reorientació de l'abast proposada pel professor, donat que el tema escollit oferia múltiples opcions.
- Es repassa la conceptualització del projecte en un moment no adient, comportant un retard en altres tasques.
- Enfrontar-se a temes nous o amb poca experiència com pot ser la realització de material en alta resolució.
- Algunes de les tasques com ara el diagrama de fluxes porta més temps de l'esperat.
- Aparició d'alguns riscos aliens al projecte en sí, però que treuen temps a la planificació esperada de forma significativa.

6. Pressupost

La configuració del pressupost tenint en compte només Conceptualització i Disseny quedaria resolt de la següent manera:

Ítem	Desglós	Hores/persona	Preu
Conceptualització	Creació i definició del projecte. Especificació de requeriments	40 h/pers.	800€
	Creació de marca (no aplicable si no es ven a tercers)		
	Coordinació general del projecte	2 mesos/pers.	4.600€
	Anàlisi de mercat	40 h/pers.	500€
	Definicions legals	20h/servei	300€
Disseny	Creació de logotip	10 h/pers.	200€
	Arquitectura de la informació	20 h/pers.	180€
	Esbossos de l'aplicació	24h/pers.	240€
	Disseny en alta resolució	40 h/ pers.	450€
	Prototip	36 h/pers.	440€
TOTAL			6.910€

Taula 2: Pressupost simplificat.

L'equip humà inicial d'aquesta part del projecte seria el coordinador general del projecte, que pot ser inicialment el mateix creador i desenvolupador de la conceptualització, i un dissenyador gràfic primer expert en arquitectura de la informació i que després sàpiga plasmar-la amb una bona resolució gràfica en alta qualitat¹.

¹ Per valorar un pressupost més detallat, es poden consultar els Lliurables annexats.

7. Estructura de la resta del document

A continuació es veurà un resum del Treball Final de Màster repartit en diferents apartats. Es comença per fer una anàlisi de l'Estat de l'Art es situa Beimes dins del marc actual tenint en compte altres empreses que s'han incorporat el mercat per solucionar la mateixa línia dels problemes que aborda Beimes.

Seguidament, es perfila breument el perfil del públic al qual va dirigit el projecte i es fa una petita aproximació de la promoció i el posicionament web que hauria de seguir el portal web per tal d'arribar a l'èxit en qüestió de negoci.

Després de l'anàlisi del concepte del Treball Final de Màster, es fa un recull del Disseny de Beimes, desenvolupat al Treball Final de Màster en sí.

Aquest recull abasta l'arquitectura de la informació, disseny d'interfície i presentació de pautes gràfiques amb mostres en baixa i alta fidelitat.

Finalment, es presenten les conclusions de la memòria.

Capítol 2: Anàlisi

1. Estat de l'art

Actualment, i en línies globals, es parla de la immersió dels negocis en l'era digital. És a dir, d'una transformació digital, on les empreses han inclòs el valor de les TIC en el seus processos de negoci, per tal d'aconseguir els seus objectius finals. Així, han canviat la visió, els processos i capacitats d'una organització, aprofitant les possibilitats que ofereixen els avançaments tecnològics, i la forma de comunicació, gràcies al ja instaurat concepte "Web 2.0".

Així mateix, l'usuari final ha sigut dotat de noves possibilitats gràcies a la connectivitat, ubicat i poder que li han atorgat els avançaments tecnològics. L'usuari final ha passat a ser gestor i impulsor de marques i a influenciar en les decisions que aquestes prenen, gràcies a l'era digital. Cada cop hi ha un percentatge més elevat d'usuaris que faci servir les noves tecnologies, en concret internet i smartphones, per opinar però també per prendre decisions de compra.

Tot i aquesta realitat, encara falta molt camí per recórrer i hi ha molt professionals de microempreses i petites empreses que no treuen partit a les eines que ofereix l'economia digital. En aquest sentit, es presenta el projecte d'aquest TFM, dedicat al sector dels professionals de les reformes i el interiorisme.

Per tal de conèixer amb més profunditat l'entorn del TFM proposat s'han analitzat i valorat altres propostes que ja són al mercat:

- www.tumanitas.com: Es tracta d'un portal web creat al 2009 que posa en contacte a professionals del sector de reformes, construcció, electricitat, mudances, neteja i jardineria, i tots aquells que fan feina del que comunament es coneix com "manitas", amb els usuaris finals. Està dedicat al mercat espanyol. El client té la possibilitat de demanar pressupostos, veure el tipus de treball demanat, buscar opinions i preus o veure fotos per estància de la casa arreglada. El professional es pot donar d'alta i formar part de les ofertes de www.tumanitas.com. Estàn a xarxes socials com ara Facebook, Youtube o Twitter. Com valor de confiança presenten mitjans de comunicació que han parlat d'ells en algun article o notícies (Tve, Telecinco, El País, Onda Cero, etc.). Segons el seu dossier de premsa, hi ha més de 56.000 professionals registrats i ha porta 322.000 pressupostos sol·licitats.
- www.habitissimo.com: Habitissimo és un portal dedicat a connectar oferta i demanda en el sector d'obres, reformes i serveis de l'hogar. Creada al 2009, opera a Espanya, Latinoamèrica, Itàlia i Portugal. És líder a Espanya i a Brasil. L'usuari pot trobar els professionals que necessiti, demanar pressupostos i rebre fins a 4 ofertes. Exposa treballs i fotos del professionals del mitjà, té un apartat per resoldre dubtes contestat pels treballadors de la construcció i com a professional pots donar-te d'alta per optar per les demandes dels usuaris del portal. Entre d'altres un dels valors afegits és la quantitat de exemples que exposa de reformes ja fetes. Al final de la pàgina principal

hi ha opinions dels usuaris sobre els professionals que han treballat a través de Habitissimo. També està lligat a diferents xarxes socials.

- www.paginasamarillas.es: Es tracta del clàssic buscador de professionals i el seu contacte. Abans en format analògic era la millor i pràcticament única forma de trobar professionals de tots els sectors. Actualment, s'ha adaptat al format digital mitjançant la seva pàgina web, on mostra les ofertes a través d'un buscador. És concret, amb un missatge precís del que fa cada professional, amb contactes de treballadors i empreses, es pot opinar sobre els contactes exposats i es pot accedir a la pàgina web dels professionals en el cas que aquests l'hagin associat al seu contacte de "Páginas Amarillas". A més a més, ofereixen els serveis de creació i posicionament de pàgines web del professional, campanyes de publicitat, màrqueting directe i posicionament dels mateixos a la Xarxa.

Tots aquests serveis seleccionats estan relacionats amb el projecte de TFM i són representatius del sector que es vol abarcar, o bé per ser líders en Espanya, o per reunir els requisits i funcions del servei que es vol proposar, o per ser un clàssic buscador que s'ha adaptat als nous temps de l'era digital.

S'han deixat a banda altres projectes per la semblança amb els serveis ja exposats o per no haver assolit l'èxit dels mateixos.

Malgrat es mostren ser una competència pel negoci que es conceptualitza amb el TFM, el servei es desenvolupa amb diferents valors afegits i competents que resulten favorables per l'èxit del projecte que es vol abarcar. D'aquesta forma, destaquen la importància que es dóna a les valoracions, les classificacions dels treballs per millor valorats o millors preus, les característiques del Servei Premium, la creació d'una secció font de referència pels professionals o la proximitat que implica fer un portal d'àmbit català.

2. Públic objectiu i perfils d'usuari

El portal web Beimes té dues línies de públic objectiu i es centra a l'àmbit català:

Per una banda, recull el target de professionals de les reformes i l'interiorisme que necessiten integrar nous canals de comunicació i venda i aprofitar les avantatges de les TIC:

Per altra banda, es troben els usuaris finals, propietaris o llogueters d'una vivenda o local que necessiten les prestacions que ofereixen els professionals de les reformes i l'interiorisme. Es tracta, doncs, de persones amb poder adquisitiu per independitzar-se i que superen els 25 anys d'edat.

Pel que fa al professional de les reformes i l'interiorisme: Beimes es dirigeix principalment al professional de micropymes i petites empreses. Es tracta d'un perfil no connectat directament amb el món de les tecnologies i que per tant no té perquè estar habituat al seu ús. Fa servir Beimes com a eina per a captar nous treballs com a funció principal i per estar informat del sector mitjançant la secció "Beimes al capdavant professional" professional o utilitzar el portal com a altaveu per promocionar i expandir la seva marca com a funcions secundàries.

Quant al públic no professional, es tracta d'un *target* molt heterogeni, amb un context d'ús força ampli també. Així pot accedir a Beimes des de la comoditat d'un estacionari o mitjançant un smartphone,

factors que s'han tingut en compte a l'hora de desenvolupar el projecte encertant amb l'ús d'un web *responsive*.

3. Promoció i posicionament web

Per l'èxit del projecte és considera fonamental un bon plan de promoció i posicionament web de Beimes des dels inicis de la seva creació. D'aquesta manera, el projecte desenvolupa una primera aproximació al plan d'acció al voltant de la promoció i el posicionament web.

Es tracta de localitzar segments de públic de Beimes, concretar les seves necessitats, identificar els seus influencers, atraure tràfic de públic objectiu al portal mitjançant estratègies SEO, SEM i la secció Més de Beimes que inspira als no professionals i informa als professionals del sector, convertir les visites en potencials clients i fidelitzar els clients que ja formen part de l'experiència Beimes. A més a més, donada la seva rellevància a l'actualitat i entenant la comunicació propera cap al client que suposen les xarxes socials, es crearan canals de Twitter, LinkedIn, Youtube i pinterest pel portal web.

4. Definició d'especificacions del producte

Tal i com es redacta a les dades generals del pressupost estimat del projecte, Beimes tindrà les següents especificacions:

- Els usuaris no professionals podran sol·licitar i rebre pressupostos segons les seves necessitats per tipus de feina, proximitat, diferents valoracions i prioritat temporal.
- Els usuaris professionals podran registrar-se, tenir una sessió personalitzada, accedir i pressupostar peticions del seus clients, valorar el portal i pujar material (vídeos amb àudio i fotos) sobre la seva feina.
- Un sistema de gestió que permeti, de forma semiautomàtica, assignar entre 3 i 5 pressupostos de professionals als clients, segons els seus requeriments a l'hora de fer la sol·licitud de pressupost.
- Sistema de gestió semiautomàtica de pujada de fitxers (vídeo amb àudio i fotos) que ha de ser preseleccionat per personal Beimes abans de ser exposat al portal.
- Gestor de continguts que permeti anar actualitzant el contingut del portal i les seves seccions de forma dinàmica i flexible. Per això, es planteja el gestor de continguts Joomla!
- Disseny de qualitat per facilitar i atraure les accions del públic objectiu de Beimes.
- Bases de dades que recollin informació sobre els professionals, referent a la seva ubicació, àrea professional concreta (pintor, lampista, reforma integral, etc.), fotos i vídeos i les valoracions dels usuaris. Es farà amb el gestor de base de dades MySQL.
- Seguretat i privacitat de dades dels usuaris.

Capítol 3: Disseny

El disseny de Beimes es basa en les necessitats dels seus usuaris i persegueix els objectius de negoci marcats i redactats al projecte de Final de Màster.

En aquest sentit, es treballa la usabilitat del portal i es pensa una arquitectura de la informació que permeti una experiència d'usuari òptima.

Es crea una arquitectura principal jeràrquica per tal que l'usuari abasti els seus objectius principals de la forma més eficient possible, i paral·lelament a aquesta estructura, es treballa una estructura hipertextual, en xarxa, que permet a l'usuari navegar per les diferents seccions d'opinió i mostres que ofereix Beimes.

Beimes ha de transmetre practicitat, senzillesa, versatilitat, proximitat, confiança i seguretat.

1. Arquitectura de la informació, disseny gràfic i interfícies

El diagrama de fluxes creat per Beimes ha sigut molt detallat. S'ha un treball exhaustiu, que ha permès una realització clara de les etapes posteriors. (Degut a l'extensió del diagrama, aquest s'ha inclòs als lliurables del projecte.)

El portal de Beimes consta de diferents seccions visibles al diagrama de fluxes. Són les següents:

- *Beimes Home* o Pàgina d'Inici: És la pàgina principal de Beimes. Facilita la comanda de pressupost, atenent al principal objectiu del portal que és posar en contacte a professionals del sector de les reformes i l'interiorisme amb els seus client.
- *Inici i registre de professionals*: Es tracta de l'accés als professionals registrats a Beimes i de l'opció de registrar-se al portal.
- *Sol·licitar pressupost*: Es la secció que permet a l'usuari client exposar les seves necessitats i rebre propostes de pressupost per part dels professionals de Beimes.
- *Els professionals Beimes*: Secció dedicada a mostrar les feines dels professionals, a fer búsqueda en el directori dels professionals
- *Què opines?*: Apartat perquè els usuaris puguin opinar i veure l'opinió d'altres usuaris.
- *Més de Beimes*: Dividida en dues opcions, es pot accedir a la part per a professionals, *Beimes al capdavant professional*, o a la part del client de Beimes, *Beimes t'inspira* on es fa referència a diferents consells i trucs relacionats amb el sector de les reformes i l'interiorisme que l'usuari pot fer servir.

L'accés a aquestes seccions i l'accés a les xarxes socials Beimes, han d'aparèixer a totes les pàgines del portal per tal de situar i dirigir a l'usuari, millorant l'usabilitat del lloc.

A continuació es presenten alguns esbossos del portal Beimes, abans de l'aplicació de l'estil.

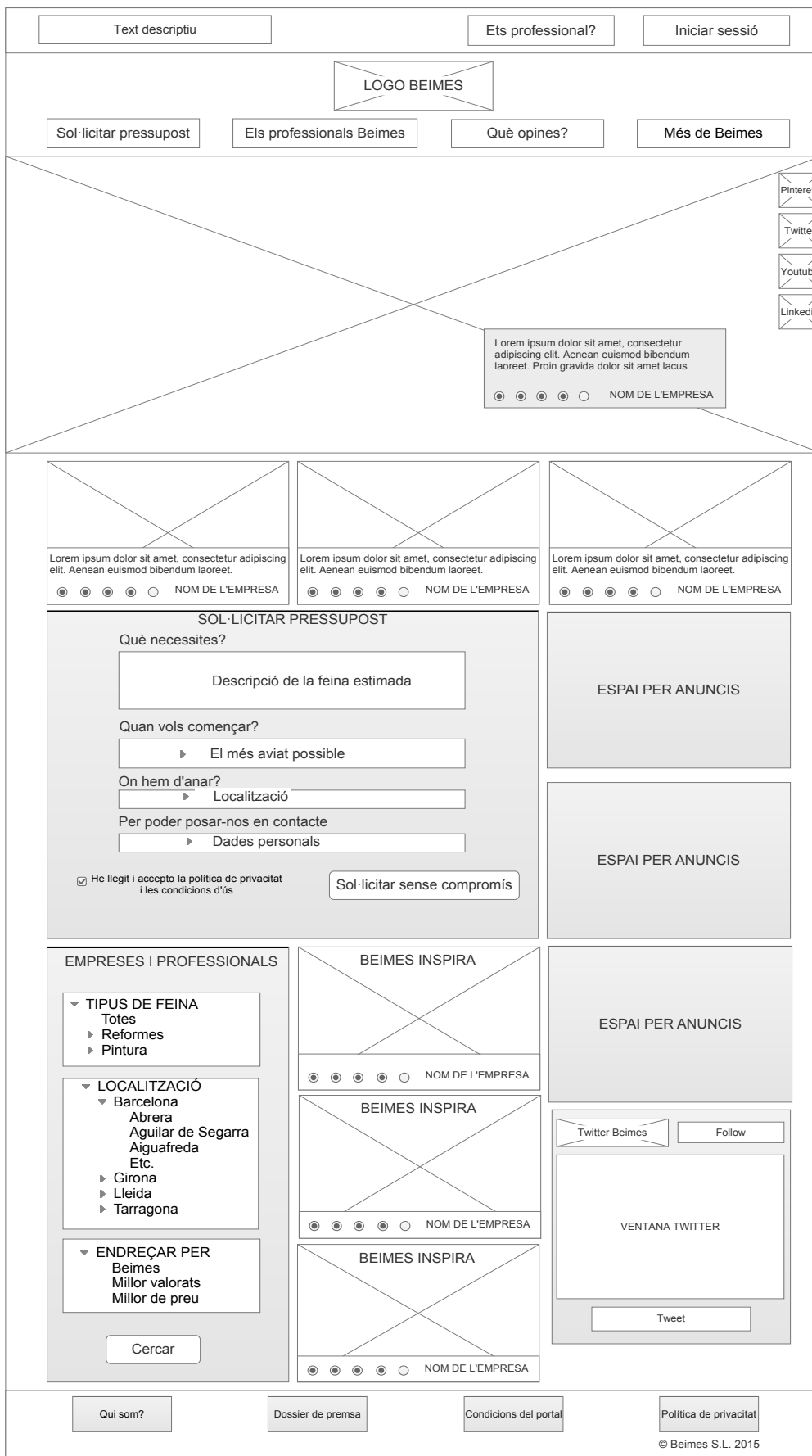


Figura 1: Esbós Home de Beimes

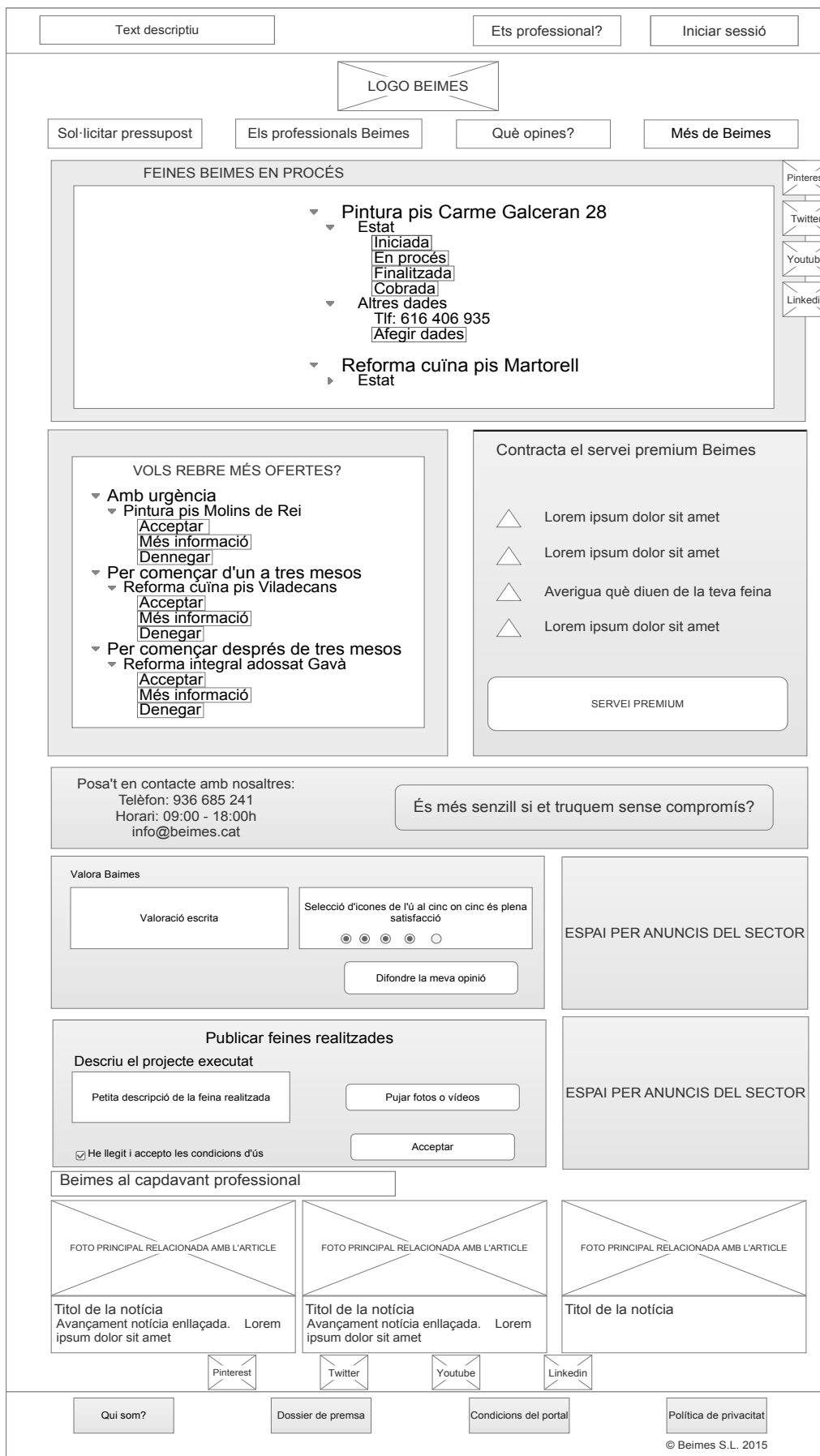


Figura 2: Iniciar sessió. Sessió personal del professional

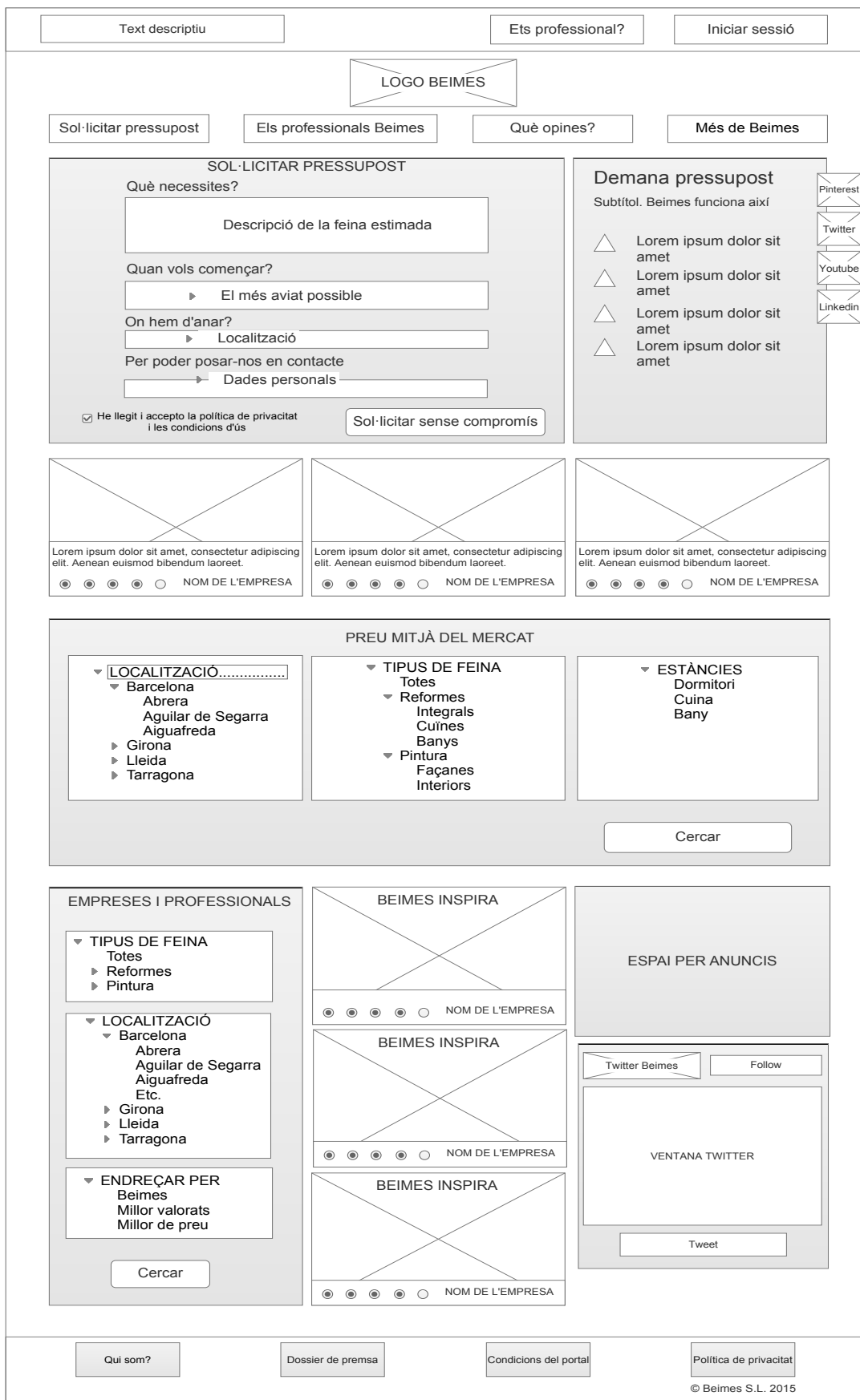


Figura 3: Pàgina de Sol·licitud de pressupost.

1.1 Estils

La realització del disseny de Beimes i del seu estil, s'ha basat en els seus principis i objectius de negoci. Per una banda, s'ha volgut transmetre diversos valors esmentats amb anterioritat (proximitat, confiança i seguretat) i per altra, ha estat present la necessitat de practicitat i eficiència del portal atenent a la importància de la usabilitat requerida.

Així s'ha volgut reflectir a través de tots els elements de Beimes. Partint del logo, s'utilitzen els colors blanc, vermell, groc, gris i marró. El vermell i el groc reforça la idea de proximitat, fent referència als colors de la bandera catalana. A més, el groc representa la lluminositat dels espais. El marró i el gris transmeten confiança i tranquil·litat i també representen els colors de les matèries primes com la fusta i el metall.

Aquests són els colors Beimes

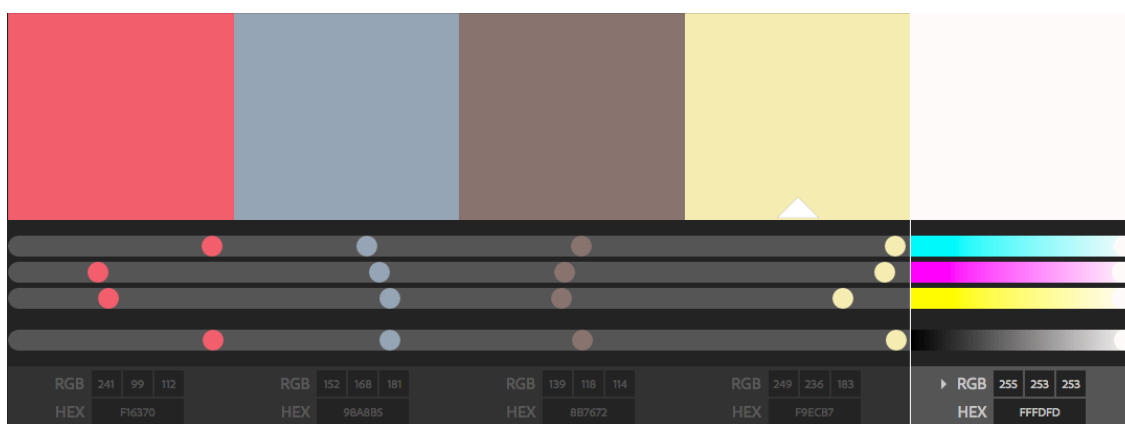


Figura 4: Colors portal web.

Aquests colors també es poden trobar al logotipo de la marca Beimes, tot i que el gris de les lletres s'ha enfosquit per donar-li força.

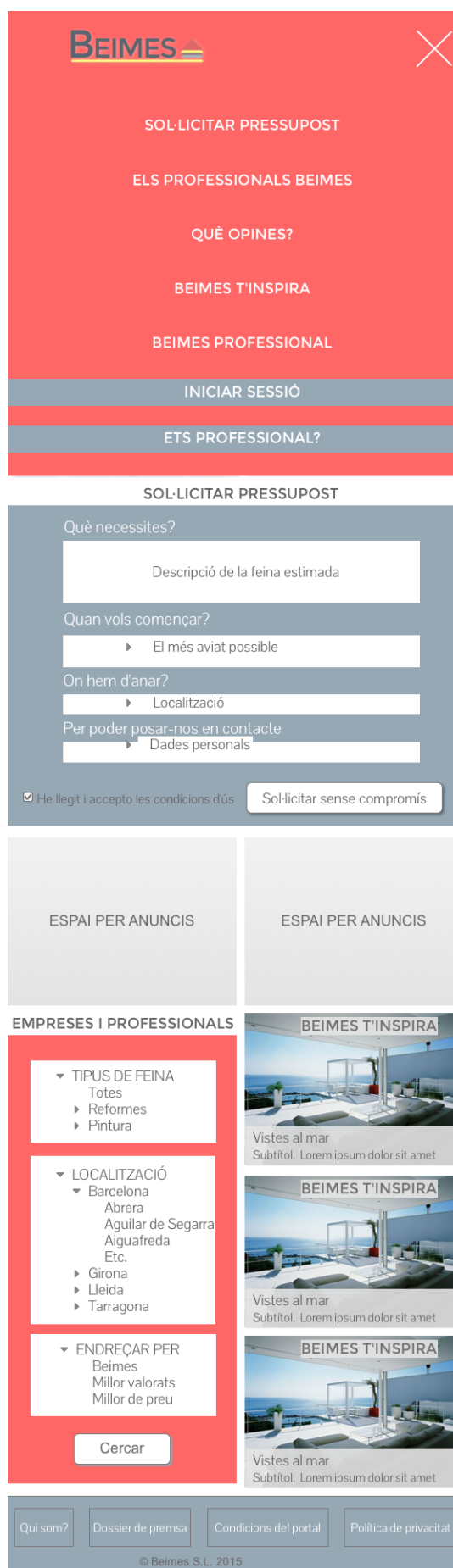


Figura 5: Logo Beimes.

Les tipografies escollides han sigut de pal sec per facilitar la lectura i per remarcar la facilitat d'ús. Han sigut la "Montserrat" i la "Pontano Sans". La primera ha estat utilitzada per noms de secció i títols prioritari, la segona pel cos dels continguts i per titulars amb menys importància

1.2 Usabilitat i web Responsive

Tenint en compte que Beimes és un web responsive i els múltiples contextos on l'usuari pot accedir al portal, es fa una mostra del resultat segons el tipus de pantalla de visualització que s'estigui fent servir.



Figures 6 i 7: Versió mòbil de la pàgina principal amb pestanyes recollides i exteses.

Capítol 4: Conclusions i línies de futur

1. Conclusions

La realització del Treball Final de Màster ha suposat enfrontar-se a reptes que han comportat satisfaccions i lliçons apreses. La satisfacció elemental és que s'ha pogut fer una petita pinzellada sobre tot allò treballat al llarg del Màster en Aplicacions Multimèdia. Igualment, la lliçó elemental apresada és que el contingut treballat al Màster és massa extens com per abarcar-ho en un Treball Final de Màster amb el temps del que es disposava.

El portal web Beimes ha intentat reflectir diferents elements:

Per una banda, s'agafat un sector que en un principi no té perquè estar lligat al món de les TIC i s'ha intentat apropar a les noves tecnologies de forma estratègica per tal que aprofiti les seves avantatges. Un cop començat el treball, es va trobar una idea similar que es considerava competència. Però també es troba una línia de negoci que està comprovat que funciona i, buscant valors afegits es pot buscar el propi lloc dins del mercat de forma competent. Així, es presenten diversos extrems com ara el concepte de proximitat, recolzat per l'idioma; es dona valor fonamental a la capacitat d'opinar dels usuaris o es crea una secció que corrobora i confirma la confiança del portal com és "Beimes al capdavant professional". Aquesta secció comporta la possibilitat futura d'emfatitzar tota la part professional del portal i crear un annex de negoci dedicat al sector de fires i venda de matèries primes i eines, etc. relacionat amb els clients professionals.

Per tant, constantment es pot avançar en la **direcció estratègica** de sistemes de la informació i les tecnologies amb la idea d'un portal web o altre element que vinculi un sector no acostumat a les TIC amb l'ús de les mateixes.

Per altre banda, s'ha treballat el model de negoci i s'ha presentat un recull de possibilitats relacionades amb **la promoció i el posicionament web**, que són fonamentals perquè aquest projecte tingui sentit i sigui viable. Pel que fa a aquest aprenentatge és important recordar que el món que envolta el ja instaurat 2.0 és un món que canvia de forma constant i que per consegüent s'ha de revisar de forma iterativa. A més s'han de pensar campanyes particulars segons el moment i segons el segment de públic al qual el portal vulgui dirigir la campanya.

El **disseny d'interfícies** és la feina que més temps ha abarcat d'aquesta entrega de projecte de Final de Màster. S'ha realitzat un diagrama de fluxe molt exhaustiu que ha permès agilitzar la resta de fases, però que ha provocat una entrega amb retard de les mateixes. Si el diagrama de fluxe s'hagués presentat en entregues anteriors hauria sigut possible arribar a l'entrega del disseny en baixa resolució en el moment que es precisava. Malgrat que m'hagués agradat entregar tota la fase de disseny amb més detall i extensió, es considera suficient pertinenir una idea global del disseny del portal web.

A més a més, s'ha treballat en la **gestió del projecte** tenint en compte tots els factors crítics d'un projecte: Temps, Cost, Qualitat i Abast. En aquest sentit, diferents circumstàncies han provocat una desviació en la planificació que ha hagut de ser revisada i gestionada de forma contínua. Hi ha hagut diferents factors que han originat una desviació en el planning. Primerament, l'abast ha sigut molt extens però s'estimava que amb el temps que es podia dedicar seria viable abarcar-ho. Hi havia dos mesos que, en un primer moment, es podien dedicar gairebé de forma exclusiva a la realització del

màster. Inevitablement, no ha sigut així per motius laborals i s'ha hagut de compensar l'abast i el temps disponible. A banda d'aquest factor inesperat, es pretén arribar a un grau màxim de qualitat de la conceptualització que treu temps per altres feines requerides d'igual o major importància. Per últim, haver deixat la part gràfica, exclusivament per les últimes entregues, ha suposat una desproporció destacable de feina entre les primeres i els últims lliuraments. Per últim, la realització del Treball Final de Màster és una experiència nova per mi, i aquest factor també s'havist reflectit al llarg de tot el semestre.

No obstant això, les lliçons apreses em donen la confiança per poder enfrontar-se a propers projectes i la conclusió és que la experiència i allò après és un grau força important per poder-te enfrontar als diferents projectes que es vagin presentant en el futur.

2. Línies de futur

Si es continués amb el projecte començat, acabar el disseny gràfic i fer un prototip seria imprescindible perquè la programació es fes d'una forma molt més eficient i amb menys opcions de errada. No obstant això, tal i com està el disseny actual ja permet passar al prototipatge i a la següent fase de producció.

La promoció i el posicionament web, tal i com s'ha esmentat amb anterioritat, és imprescindible per a la viabilitat d'aquest negoci. És un element que s'ha de revisar de forma iterativa donat que tant les formes d'actuar del públic objectiu com del ja estipulat món 2.0 canvia constantment. S'hauran de pensar campanyes concretes segons la intenció, el moment i el públic objectiu al qual vagi dirigit. En aquest sentit es recomana fer una segmentació més detallada per poder relacionar accions de màrqueting amb el target concret. Així, com exemple, es pot trobar un públic femení de classe mitja al qual li agradi navegar i llegir articles sobre decoració. És interessant conèixer aquest tipus de públic per tal d'adaptar els continguts de la forma més precisa possible als gustos del target al que es dirigeix el portal.

Per últim, no es pot deixar de banda la comentada nova via de negoci que es pot obrir a partir del portal Beimes. Si s'aconsegueix que Beimes sigui una font de referència pel professional del sector de les reformes i l'interiorisme es podrà atraure als proveïdors de matèria prima, d'eines i de creació d'events. D'aquesta forma, els proveïdors podrien, per una banda, ser anunciants a Beimes i per altre, el portal web podria servir de nexa d'unió entre els dos sectors.

Bibliografia

- <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/> , consultat 19/VI/2015
- <https://about.twitter.com/company/brand-assets>, consultat 13/VI/2015
- <https://brand.linkedin.com/downloads>, consultat el 13/VI/2015
- <http://www.construmat.com/> consultat 13/VI/2015
- http://eurobrico.feriavalencia.com/wp-content/uploads/2014/09/DOSSIER-DE-PRENSA_Eurobrico-Mag.pdf consultat 13/VI/2015
- <http://pixabay.com/es/users/keresi72-16512/> consultat 13/VI/2015

Annexos

Annex A: Lliurables del projecte

1. **Acta de Constitució del Projecte:** Document que representa l'inici del projecte i marca de forma rellevant les pautes que constitueixen el projecte.
2. **Producte acabat PAC 5:** Document que engloba l'última entrega de la PAC5, on es presenta
3. **Pressupost del Projecte:** Primera aproximació del projecte Beimes, des de l'inici fins la producció del mateix.
4. **Diagrama de fluxes:** Carta de navegació de Beimes.
5. **Sketching del portal web.** Sketching de les seccions principals de Beimes
6. **Beimes en alta resolució:** Es presenta el disseny en alta fidelitat de les principals seccions de Beimes, també es presenta una mostra de les pautes gràfiques i un exemple del disseny web responsive de Beimes.
7. **Informe de treball:** Documentació relativa al treball realitzat durant l'última PAC.
8. **Logo Beimes:** Logotip creat per la marca Beimes en format .psd.