



Immobiliària 2.0, adequació als estàndards actuals

Emilio Plaza Domínguez
Grau en Multimèdia
Creació gràfica

Consultor: Ivan Serrano Regol
Professor: Irma Vilà Ódena
19/06/2017

Crèdits/Copyright



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixament-NoComercial-SenseObraDeribada 3.0 Espanya (CC BY-NC-ND 3.0 ES)

Reservats tots els drets. Està prohibit la reproducci3 total o parcial d'aquesta obra per qualsevol mitjà o procediment, compresos la impressi3, la reprografia, el microfilm, el tractament informàtic o qualsevol altre sistema, així com la distribuci3 d'exemplars mitjançant lloguer i préstec, sense l'autoritzaci3 escrita de l'autor o dels límits que autoritzi la Llei de Propietat Intel·lectual.

Dedicatòria/Cita

"I will always choose a lazy person to do a hard job. Because he will find an easy way to do it"

-Bill Gates

Fitxa del treball Final

Títol del treball:	Immobil·ària 2.0, adequació als estàndards actuals
Nom de l'autor:	Emilio Plaza Domínguez
Nom del consultor/a:	Ivan Serrano Regol
Nom del PRA:	Irma Vilà Òdena
Data de lliurament:	06/2017
Titulació o programa:	Grau en Multimèdia
Àrea del Treball Final:	Creació gràfica
Idioma del treball:	Català
Paraules clau:	Immobil·ària 2.0, logotip, lloc web, aplicació mòbil

Resum del Treball

El present document correspon a la memòria del treball final del grau Multimèdia. L'objectiu principal és adequar una empresa immobiliària real als entorns actuals de mercat, obtenint profits de les eines tecnològiques existents.

El projecte es divideix en tres parts: La part inicial correspon al Redisseny del logotip, es presentarà a l'empresa de les diferents propostes segons el disseny actual i les opcions del sector, consensuant conjuntament un resultat òptim. Aquest apartat valorarà mantenir una imatge visual similar per temes d'identitat com a marca. Tot seguit, es crearà el nou lloc web, tenint present el lloc web actual, així com les seves mancances. S'elaborarà una nova interfície visual i una nova estructuració dels diferents apartats, segons el requeriments. Finalment, l'últim apartat crearà una aplicació mòbil que compleixi les necessitats d'adaptació per a dispositius portàtils, mantenint la informació de la web amb les opcions i les possibilitats pròpies d'aquests dispositius: posicionament, interactivitat, etc.

L'app mòbil resultant, es podria utilitzar com a base, amb petites modificacions, per a intercomunicar diferents empreses del mateix sector, creant una base de dades major que permeteixi un predisposició més gran dels clients potencials en fer-ne ús de l'aplicació.

Abstract

This document belongs to the final memory of the Multimedia degree. Main objective is to adequate a real estate agency at current market, achieving profits from available technological tools.

The project is divided into three parts: The initial part corresponds to redesign the logo, we will present various proposals to the company according to the current design and choices of the sector, jointly agreeing an optimal result. This chapter will evaluate keep a similar visual image by themes of identity as a brand. Following, will be created a new site, keeping in mind the current website as well as its faults. Will develop a new visual interface and structure the different sections according to the requests. Finally, the last activity will design a mobile app that satisfies the requirements of adaptation for portable devices, keeping information from the web site with the options and opportunities associated whit these devices: GPS position, interactivity, etc.

The mobile app final could be used as a base, with minor modifications, to intercommunicate different firms, creating a large database that allows a biggest predisposition from the potential clients to make use of the app.

Keywords: real estate agency, logo, website, mobile app.

Notacions i Convencions

La tipografia emprada a la mem3ria ha sigut la següent:

Arial /æɹi ˌ əl/ és un tipus de lletra Sans Serif (Clasif. Vox: Lineal B Neo-Grotesque) present en diverses aplicacions de Microsoft i dissenyada per Robin Nicholas i Patricia Saunders.

Text general: 10 punts

Índex: 9 punts

Capçaleres: 20, 14 i 12 punts segons el nivell

Cites: 10 punts entre cometes i en cursiva

Descripci3 imatges: 8 punts

Interlineat: 1,5

Índex

1. Introducció	9
2. Descripció del projecte	10
3. Objectius	11
4. Marc teòric	12
5. Metodologia	14
9. Procés de treball/desenvolupament	16
6.1 Redisseny marca corporativa	16
6.2 Creació lloc web	20
6.3 Creació aplicació mòbil	32
7. Plataforma de desenvolupament	40
8. Planificació	41
8.1 Gestió de riscos	42
9. Perfils d'usuari	44
10. Tests	46
11. Projecció a futur	47
12. Pressupost	48
13. Conclusions	49
Annex I. Lliurables del projecte	50
Annex II. Imatges	51
Annex III. Bibliografia	76
Annex IV. Vita	77

Figures i taules

Índex de Imatges

Imatge 1. Imagotip actual	16
Imatge 2. Imagotips comparatius	17
Imatge 3. Imatge base 1	17
Imatge 4. Imatge base 2	17
Imatge 5. Imatge base 3	17
Imatge 6. Esbós 1	18
Imatge 7. Esbós 2	18
Imatge 8. Esbós 3	18
Imatge 9. Esbós 4	18
Imatge 10. Esbós 5	18
Imatge 11. Esbós 6	18
Imatge 12. Esbós 7	18
Imatge 13. Esbós 8	18
Imatge 14. Esbós 9	18
Imatge 15. Imagotip definitiu	19
Imatge 16. Icona final	19
Imatge 17. Disseny bàsic menú navegació	22
Imatge 18. Disseny basic pagina principal	23
Imatge 19. Disseny basic pagina recerca	24
Imatge 20. Disseny basic filtres recerca	24
Imatge 21. Disseny basic pagina fitxa	25
Imatge 22. Visualització en dispositiu tablet	25
Imatge 23. Visualització en dispositiu mòbil	25
Imatge 24. Interfície pagina principal	27
Imatge 25. Interfície pagina fitxa	28
Imatge 26. Interfície pagina empresa	28
Imatge 27. Interfície pagina oficina	28
Imatge 28. Interfície pagina contacte	29
Imatge 29. Interfície filtre recerca 1	29
Imatge 30. Interfície filtre recerca 2	30
Imatge 31. Interfície filtre recerca 3	30
Imatge 32. Interfície pagina principal ressaltant navegació	31
Imatge 33. Exemple competència 1	32
Imatge 34. Exemple competència 2	32
Imatge 35. Disseny basic menú app	34
Imatge 39. Disseny basic principal app	34
Imatge 37. Disseny basic recerca app	34
Imatge 38. Disseny basic fitxa app	35

Imatge 39. Disseny basic empresa app	35
Imatge 40. Disseny basic contacte app	35
Imatge 41. Resum conjunt planes interfície app	37
Imatge 42. Interfície contacte 1 app	38
Imatge 43. Interfície contacte 2 app	38
Imatge 44. Interfície mapa 1 app	38
Imatge 45. Interfície mapa 2 app	38
Imatge 46. Interfície recerca app amb navegaci3	39

Índex de taules

Taula 1. Planificaci3	41
Taula 2. Gestió de riscos 1	42
Taula 3. Gestió de riscos 2	43
Taula 4. Gestió de riscos 3	43
Taula 5. Pressupost	48

1. Introducci3

El grau multimèdia m'ha donat coneixements de diferents àmbits dins d'un ampli ventall de possibilitats i temàtiques, interrelacionades entre si amb un major o menor grau, segons l'àrea professional en qüestió. Una vegada cursades la major part de les assignatures, es decideix optar per un perfil de creaci3 gràfica segons els interessos personals.

En el moment d'escollir la temàtica, va sorgir l'oportunitat d'aplicar els coneixements teòrics en una empresa real. De comú acord amb els propietaris, es va decidir fer teòricament un seguit de millores d'acord amb les possibilitats actuals, tant de tècniques com de mercat, segons la societat d'avui dia.

En l'actualitat, la necessitat de les empreses d'estar presents a internet i als diferents dispositius electrònics resulta bàsica per consolidar els clients/usuaris actuals i afavorir a un creixement potencialment elevat. En aquest cas concret, tant la millora del lloc web com la creaci3 de l'aplicaci3 permetrà arribar a un major nombre de usuaris, possibilitant incrementar el nombre final de clients.

D'altre banda, crear una aplicaci3 base per a diferents empreses del mateix sector, pot ser un factor diferencial envers la resta. En aquest cas, la separaci3 de les empreses per zones geogràfiques permetrà un major públic objectiu, així com evitar problemes interns.

Els diferents objectius del treball presenten opcions reals d'implantar-se molt diverses, però potser fer només les més probables, disminuïa les opcions innovadores que poden sorgir d'aquesta hipòtesi empresarial.

La finalitat del projecte és aplicar a un cas real els coneixements adquirits i finalment, sempre que sigui possible, realitzar aquestes canvis de forma permanent a la realitat.

2. Descripció del projecte

La realització d'aquest projecte permet una estructuració ben diferenciada segons l'àmbit creatiu final. Primerament, s'actualitzarà un logotip de marca amb gairebé 25 anys, amb els avantatges i inconvenients que pot presentar ser una marca reconeguda en el seu àmbit.

Tot seguit, el lloc web es redissenyarà per millorar la presència i permetre una millor visualització dels immobles actuals. Finalment, utilitzant com a base el mateix lloc web, es farà una aplicació mòbil per mostrar als usuaris les opcions disponibles, dins d'un entorn interactiu.

2.1 Redisseny del logotip

Primerament, es farà un estudi inicial del logotip actual, incloent els possibles inconvenients en fer un canvi molt radical pel que fa als usuaris actuals: clients, promotors, etc.

Tot seguit, presentació de les noves opcions amb els seus pros/contra definits. Un cop escollit el logotip final, es crearà la imatge final segons cada àmbit de treball: la pàgina web, l'aplicació mòbil, les targetes de presentació, la documentació oficial, etc.

2.2 Creació lloc web

Tenint present el lloc web actual, es parlarà amb l'empresa per conèixer quines idees té per la nova web, deixant definits els requisits de manera clara. D'aquesta forma, evitarem incrementar el temps final estipulat originalment, treballant sempre amb uns marges per a canvis puntuals.

2.3 Creació app mòbil

Apartat de nova creació, l'objectiu és presentar la informació més rellevant de la pàgina web, amb les opcions que ens dona la interactivitat i els dispositius mòbils. De caràcter teòric, permetrà adequar les necessitats a un món més virtual i en un futur, amb una agrupació d'empreses, crear una xarxa d'immobles major i sent una eina puntera dins d'aquest àmbit. Un exemple podria ser mostrar en un mapa les opcions d'habitat disponible segons els nostres filtres i/o criteris, un cop escollir cada opció en particular, presentar un camí virtual de l'habitatge i del seu exterior.

3. Objectius

En la realització d'aquest projecte hi ha un seguit d'objectius a complir, no tan sols pel que fa el propi treball, sinó també pensant en l'aprenentatge. Per ordre d'importància, els objectius a complir son els següents:

3.1 Principals

Objectius clau del TF.

- Posar en pràctica els diferents coneixements adquirits durant el grau.
- Adequació d'una empresa existent a l'ús d'eines interactives actuals.
- Crear un logotip funcional.
- Presentar una web segons les necessitats del client.
- Crear una eina interactiva innovadora dins d'un mercat real.

3.2 Secundaris

Objectius addicionals que enriqueixen el TF i que poden patir variacions.

- Utilització de la web final per part del client, de manera real.
- Seguir la planificació del projecte proposada inicialment de manera òptima, emfatitzant-se en les dates clau internes.
- Conèixer les funcionalitats del sector i realitzar una web reconeixible.
- Solucionar possibles inconvenients durant el transcurs del projecte, de manera que la proposta inicial de planificació no presenti modificacions importants.

4. Marc teòric

El disseny actual present en l'empresa, tant en el logotip com en la web, resulta desfasat segons els estàndards actuals de mercat. Per aquest motiu, la intenció principal es adaptar la identitat gràfica sense perdre la seva identitat de marca.

4.1 Identitat de marca

El concepte d'identitat de marca defineix el conjunt de propietats associades a una empresa o producte, que possibiliten una ràpida identificació envers d'altres. L'estudi d'aquest concepte abasta una gran quantitat de disciplines: disseny gràfic, historiografia, ciències empresarials, semiòtica, psicologia, ciències econòmiques, antropologia, etc. A continuació s'identifiquen els aspectes més essencials, desenvolupant els elements visuals propis de l'àrea de coneixement del projecte.

4.1.1 Origen i desenvolupament

El fer-ne ús de marques en productes o possessions, té antecedents mitjançant descobriments arqueològics a les civilitzacions gregues i romanes. D'una banda els ramaders per identificar els seus animals, d'altre els agricultors per identificar els seus productes.

En arribar la revolució industrial, iniciant una producció en massa i un comerç més internacionalitzat, les empreses necessitaven ser recognoscibles pels consumidors. L'ús d'eslògans o jocs de paraules pretenien familiaritzar la marca als clients potencials.

A mitjans del segle XX, amb l'evolució dels mitjans de comunicació, el sector empresarial pren consciència de la necessitat de dedicar part dels seus recursos a la publicitat i el màrqueting.

4.1.2 Actualitat

El màrqueting empresarial resulta una disciplina amb un estudi i desenvolupament constant, on la recerca dels hàbits i comportaments dels consumidors ha anat evolucionant paral·lelament als mitjans de comunicació disponibles en aquell moment.

Avui dia, en l'era de la informació digital, n'hi ha tanta varietat de canals per arribar al client final que inclòs ens trobem davant d'una saturació d'informació.

4.1.3 Identitat gràfica

La identitat gràfica respon als elements visuals que serveixen a les empreses per ser identificades fàcilment pels seus clients actuals i pels potencials, diferenciant-se amb les empreses competidores del sector, projectant una imatge clara i definida. Hi ha tres elements que resulten claus:

L'imagotip és l'element central i principal de la identitat gràfica de la marca, creat expressament per identificar de forma clara i fàcil l'empresa. Està format pel logotip i el símbol gràfic.

Logotip prové del grec *logos* i fa referència a la parla. El nom de la marca és una identificació verbal que necessita concretar-se visualment en un text. Per tant, representa la part visual del nom de la marca i la part escrita de l'imagotip. La seva forma de representar-se li permet adquirir qualitats connotatives, ocasionant un significat subjectiu.

Hi ha una gran varietat de famílies tipogràfiques, l'escollida romandrà estable en tots els seus usos per mantenir la identitat de la marca de forma consistent i coherent.

El símbol gràfic és l'element visual sense text que farà una funció similar al logotip d'identificació de la marca. Ens alguns casos pot inclòs substituir el logotip sense perdre significat, que es trobi molt reconeguda entre els consumidors per exemple. El seu disseny pot ser una representació mitjançant lletres o imatge icònica, o ser una imatge geomètrica abstracta.

Norberto Chaves (2003. La marca corporativa. Diseño y gestión de símbolos y logotipos. Buenos Aires: Paidós), fa una classificació segons el nivell de motivació envers el text:

- Motivació nul·la, sense relació aparent, la eficàcia dependrà de les connotacions que s'adoptin dins del context cultural.
- Motivació simple pel nom, hi ha relació directa o equivalent al nom.
- Motivació simple pel context, el significat de la imatge representa el producte de la marca.
- Motivació doble, relació tant amb el nom com amb el context.

El color corporatiu es considera un element identificador complementari, ja que no es troba capacitat per representar la marca en solitari, com podrien fer el logotip o el símbol gràfic. Un correcte ús, utilitzat amb coherència i persistència, pot adquirir un simbolisme identificatiu, resultant tant útil com els elements principals. A la nostra cultura hi ha trets dels colors amb una carrega significativa, com la seva temperatura. Els tons freds acostumen a transmetre sensació de pausa, serenitat i/o ordre, mentre que els color càlids s'acosten a unes sensacions d'alegria, passió, moviment, agressivitat. Sempre tenint en compte que les sensacions ocasionades depenen del bagatge cultural del receptor i poden variar considerablement segons el mercat destí.

La tipografia corporativa resulta un element central en la construcció del logotip, però també la seva aplicació a la resta de textos comunicatius de l'empresa. Considerat com un element identificatiu complementari, seguir els criteris de coherència formal, funcional, comunicativa i estètica resultarà fonamental en l'elecció de la família adequada.

5. Metodologia

Dins d'un projecte de treball, hi ha unes pautes bàsiques que s'han de seguir per augmentar les garanties d'obtenir uns resultats òptims. Primerament, definirem tant els objectius de les tasques principals com els objectius interns de cadascuna. D'aquesta manera, crearem un nombre elevat de tasques però amb unes característiques ben acotades, i fàcils d'entendre per ambdues parts, en el nostre cas nosaltres i el client.

Mantenir una comunicació constant, més enllà de les dates clau fixades o les reunions periòdiques, fomentarà una confiança per la seva part en el treball realitzat, i millorarà la seguretat del treballador de que el projecte avança de forma correcta. A més, en el cas d'haver-hi qualsevol inconvenient que endarrereixi alguna tasca, resulta beneficiós per arribar a un acord que solucioni l'avinentesa.

Estructurar les tasques descrites dins d'un calendari de treball, resulta útil per fixar la feina diària i el temps a destinar-hi a cadascuna. A més, permet preveure possibles retards i fer els ajustaments intentant mantenir les dates clau. Per aquesta raó, i com que el projecte depèn únicament d'un treballador, s'han establert alguns dies de marge en la realització de les tasques principals, a més d'altres secundàries que es podrien simultaniejar si fos necessari.

Aquest projecte seccionat en blocs, tasques i fites, permetrà que els canvis per part del client es realitzin dins d'un estat inicial en cada gran bloc, aclarint des de l'inici els requeriments desitjats. Aquest fet permetrà minimitzar les modificacions, i en conseqüència, no repetir feina en excés. Tot i això, s'han tingut en compte aquestes variacions que sorgeixen habitualment.

Tot i la clara diferenciació dels tres blocs troncats, segons l'objectiu principal: logotip, web i aplicació. Des de un punt de vista extern, les tasques segueixen un organigrama comú: estudi estat actual, esbossos inicials, presentació al client per comentar i conèixer els objectius, modificacions segons la reunió i creació del disseny en ferm. Tot seguit, es torna a presentar la tasca finalitzada, tenint com a marge uns dies per a possibles canvis.

5.1 Etapes del projecte

5.1.1 Etapa de planificació

No podríem dividir el projecte en etapes sense realitzar una planificació prèvia d'aquest. En aquesta planificació organitzarem el projecte per tal de seguir un ordre i definirem les tasques del TFG. També tindrem en compte els possibles riscos que es poden donar en la fase de producció mitjançant una gestió de riscos.

5.1.2 Etapa de disseny

L'etapa de disseny fa referència a l'inici de cadascun dels tres blocs principals. Aquesta es realitzarà segons les necessitats de cada bloc i es subdividirà en tres fases:

- Estudi actual
- Esbós
- Consensuar opció final amb el client.

5.1.3 Etapa de execució

Aquesta etapa fa referència als processos per realitzar els dissenys finals de cada bloc. S'utilitzaran les eines (software, hardware i/o perifèrics) més convenients per facilitar la correcta realització de les tasques dins del període establert.

5.1.4 etapa de maquetació

Elaborar una memòria del projecte, tot i haver destinat algunes jornades a complementar-la, el gruix final donarà forma al conjunt de blocs.

6. Procés de treball/desenvolupament

El procés de treball es divideix en les parts esmentades en l'apartat de la planificació, tenint en compte que la definició del projecte ja ha sigut realitzada, passarem a desenvolupar cadascuna de les parts que formen aquest projecte.

6.1 Redisseny marca corporativa

L'objectiu d'aquesta part es adequar el disseny original als estàndards i usos actuals, tenint en compte que té prop de 25 anys i els mercats i canals han evolucionat considerablement. Hi ha una subdivisió de quatre apartats per diferenciar les tasques a realitzar.

6.1.1 Estat actual

El logotip actual presenta les inicials de l'empresa "P" enfrontades, utilitzant l'eix horitzontal per crear un efecte mirall en 3D. Tot seguit les paraules "PISOS PLAZA" amb una tipografia concreta (no s'ha trobat el nom exacte en els cercadors habituals d'internet, a l'espera de que el client ens doni aquesta informació). Aquest tipus de lletra s'utilitza com a marca d'identitat en tots els àmbits habituals: capçalera de la botiga, targetes de presentació, merchandising, etc.



Imatge 1

6.1.2 Creació esbossos

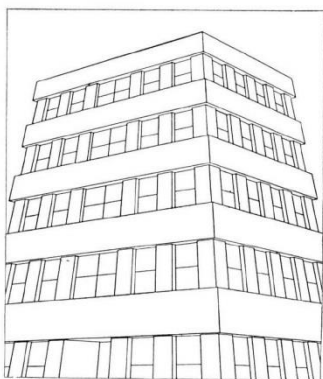
S'ha tingut present durant aquesta fase la voluntat del client de no modificar la tipografia en la mesura de lo possible. Per aquest motiu, la inclusió dels elements actuals dins d'un marc que permeti fer una relació directa amb el propòsit de l'empresa ha estat l'opció consensuada.

Primerament, s'informa al client dels logotips base utilitzats en el mercat immobiliari, i amb aquestes premisses, començar a treballar.

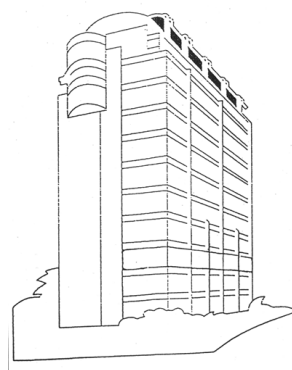


Imatge 2

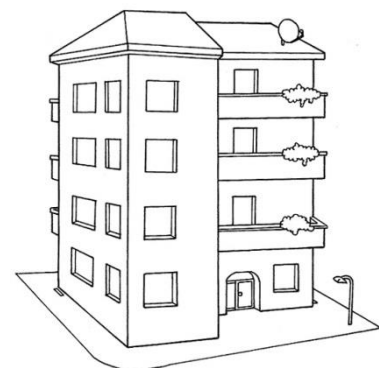
Els requeriments són mantenir una gama cromàtica en blanc i negre i utilitzar un perfil d'edifici pròxim a les opcions reals en les que s'acostuma a treballar.



Imatge 3



Imatge 4

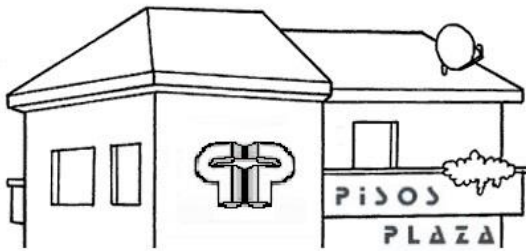


Imatge 5

Entre les tres opcions d'edificis, ens decidim per la última (imatge 5), amb l'objectiu d'agafar una part representativa, teulada i últim pis. Amb aquest fragment, queda clar que es tracta d'un edifici i el balcó ofereix una sensació de lluminositat i amplitud.

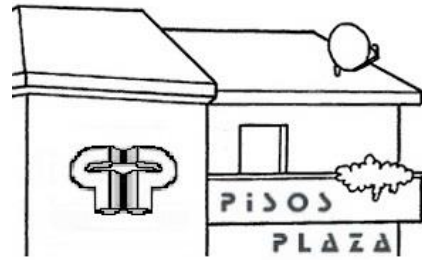
Tot seguit, es fan diferents muntatges per finalment, acordar conjuntament amb el client el definitiu. S'inclouen els exemples per als icones sense escriptura.

Esbós 1



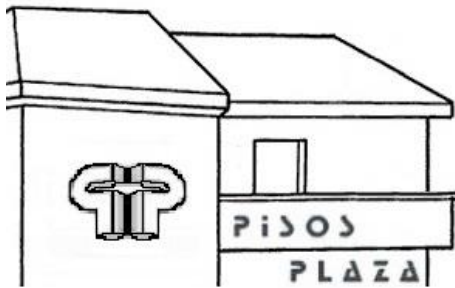
Imatge 6

Esbós 2



Imatge 7

Esbós 3



Imatge 8

Esbós 4



Imatge 9

Esbós 5



Imatge 10

Esbós 6



Imatge 11

Esbós 7



Imatge 12

Esbós 8



Imatge 13

Esbós 9



Imatge 14

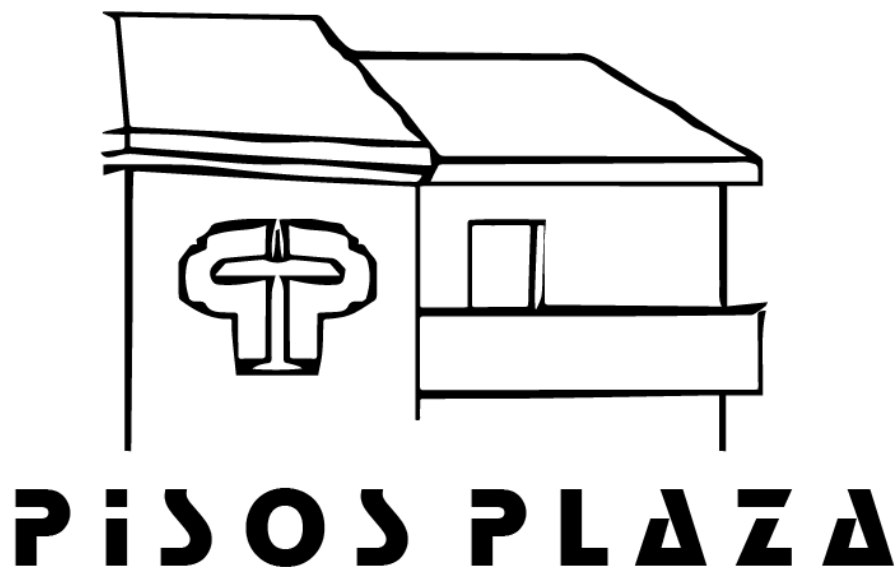
6.1.3 Consensuar la imatge definitiva

Conjuntament amb el client, l'esbós més proper serà el número 6, amb alguna modificació. Augmentar la mida del text envers la imatge.

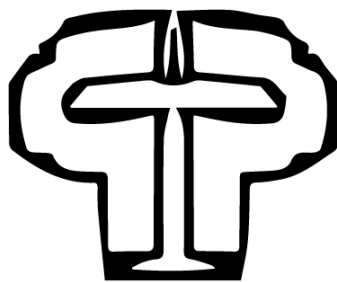
L'esbós 9, amb la petita modificació a les inicials resultarà més adient amb una major qualitat de la imatge, tenint-ho present com a icona de la futura aplicació mòbil.

6.1.4 Crear diferents representacions

Un cop definida la opció final es millora la qualitat i es vectoritza per mantenir la qualitat independentment de la mida final.



Imatge 15



Imatge 16

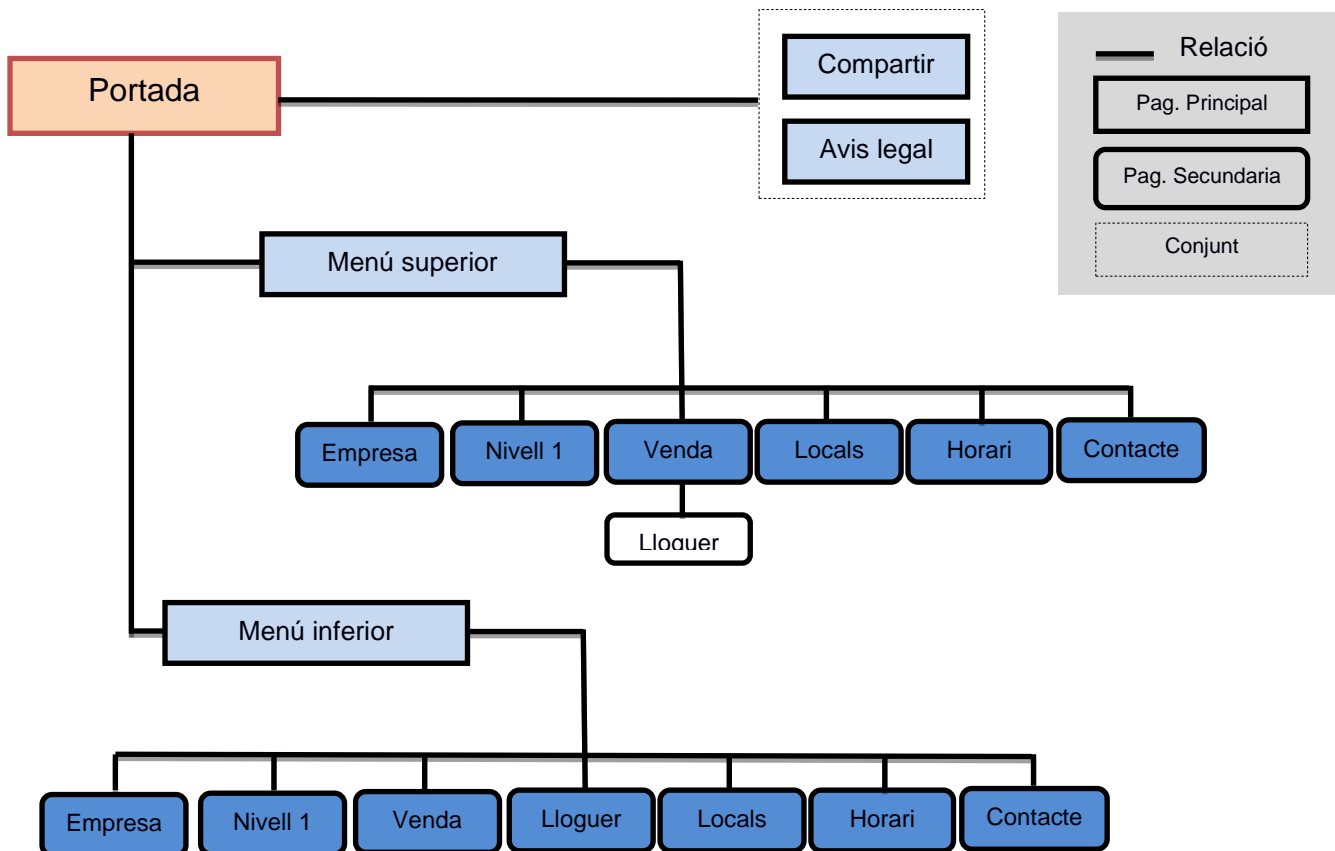
6.2 Creació lloc web

El propòsit d'aquesta fase es similar a l'anterior, adequar un disseny web antic als usos actuals de mercat, a més de millorar una estructuració que presenta dèficits substancials.

6.2.1 Estat actual

La web actual presenta un aspecte visual molt pobre, amb una navegació definida incorrectament. La plana inicial mostra informació (dades empresa) que no es tant rellevant com per ocupar aquest espai. La distribució dels pisos (venda / lloguer) no es igual en els dos menús de navegació existents (superior / inferior), a més de presentar-se en una estructuració que deixa molt espai inutilitzat. La informació dins de cada habitatge es mostra tot seguit i fa difícil trobar les dades rellevants, a més Hi ha una plana que no porta a enlloc (nivell 1). La plana de contacte es bastant correcte, amb la informació clara i necessària.

L'arbre de continguts actual és:



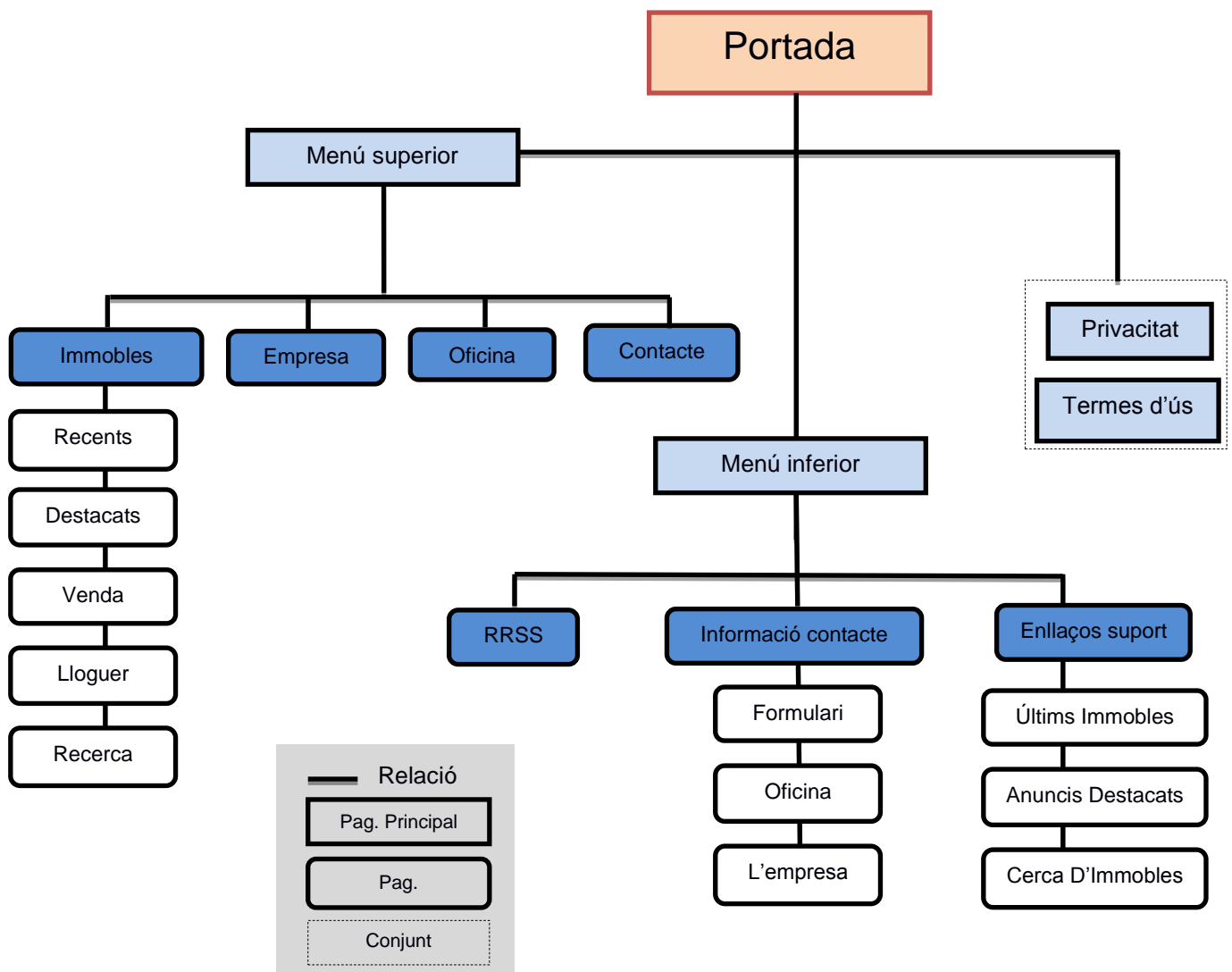
6.2.2 Idees client

P·gina web m·s visual i clara. Les possibilitats de redisseny s3n absolutes, inicialment es deixa a la nostra elecci3, sempre tenint en compte les opcions actuals del sector. L'3nic requeriment 3s mantenir la separaci3 actual dels habitatges, els subgrups existents disponibles.

Adaptativa per a dispositius m3bils, sense tindre present la futura aplicaci3 m3bil, ja que el target objectiu no ser· exactament el mateix.

6.2.3 Disseny estructura

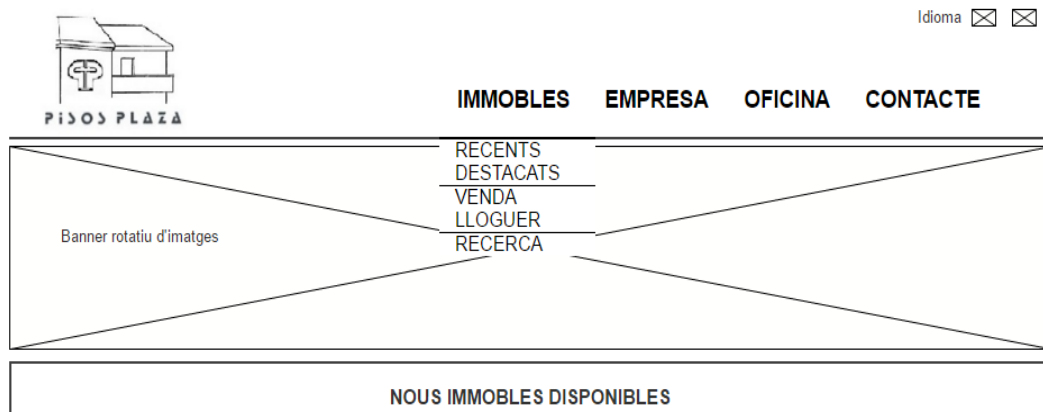
Tractant-se d'una web Immobili·ria, un cercador que serveixi com a filtre es la opci3 que s'acostuma a utilitzar la majoria de webs del sector. En el nostre cas, en no haver-hi un volum d'habitatges tant elevat, es mostraran les opcions amb el filtre inicial de compra, lloguer o oficina. Una vegada dins de cada apartat, ser· possible seleccionar diferents filtres, com ara: casa/pis, jardí, p·rquing, ciutat/poblacions, preu, entre d'altres. D'aquesta manera, el ventall inicial s'anir· reduint segons les necessitats personals de cada usuari.



La previsualització de cada habitatge dins de la galeria conjunta, mostrarà la informació més rellevant: imatge característica, dimensions, dormitoris, localització i preu. Un cop dins de cada fitxa concreta, la informació es mostrarà d'una forma més visual que en l'actualitat, per facilitar als usuaris la navegació.

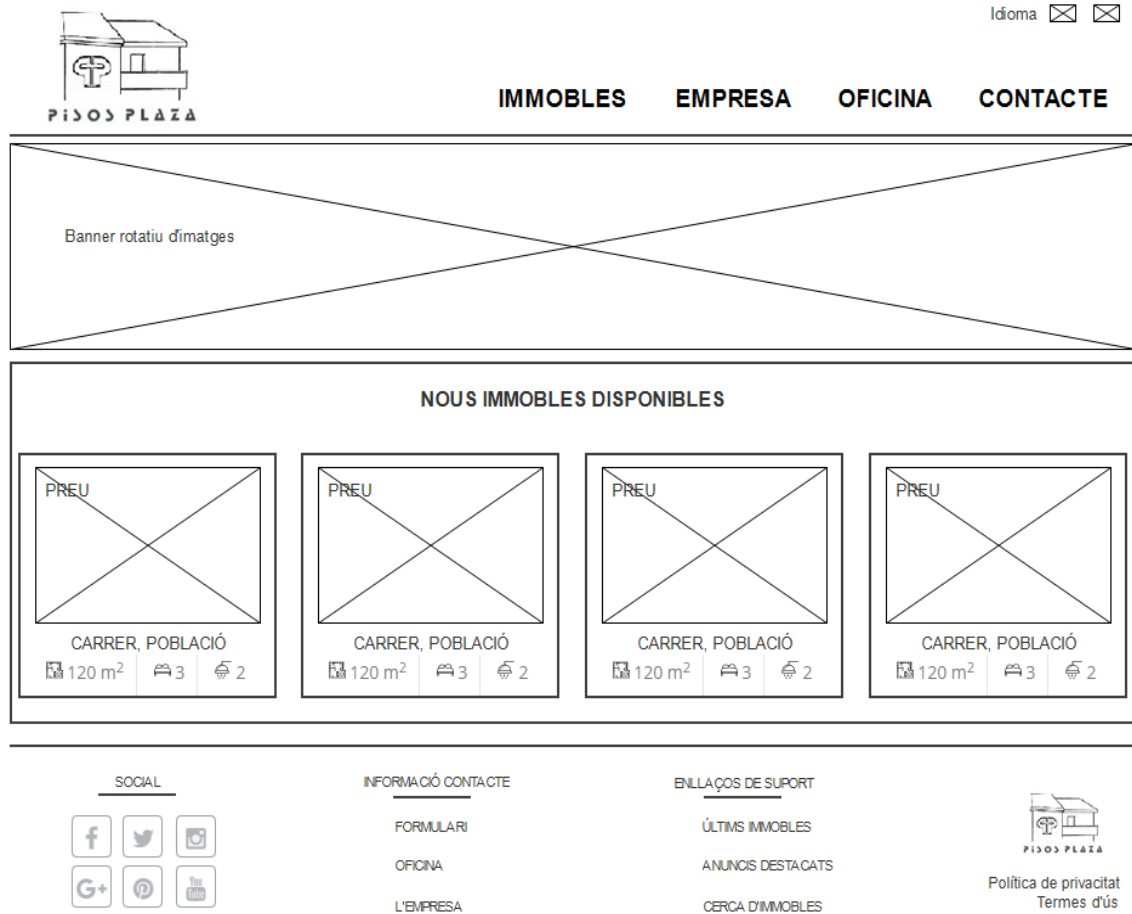
6.2.4 Disseny prototip interfície

El prototip inicial mostra de manera senzilla l'estructuració que rebran les diferents pàgines del nostre lloc web. El primer disseny correspon a la plana principal, on s'ha reubicat el menú amb canvis a la distribució de les opcions disponibles.



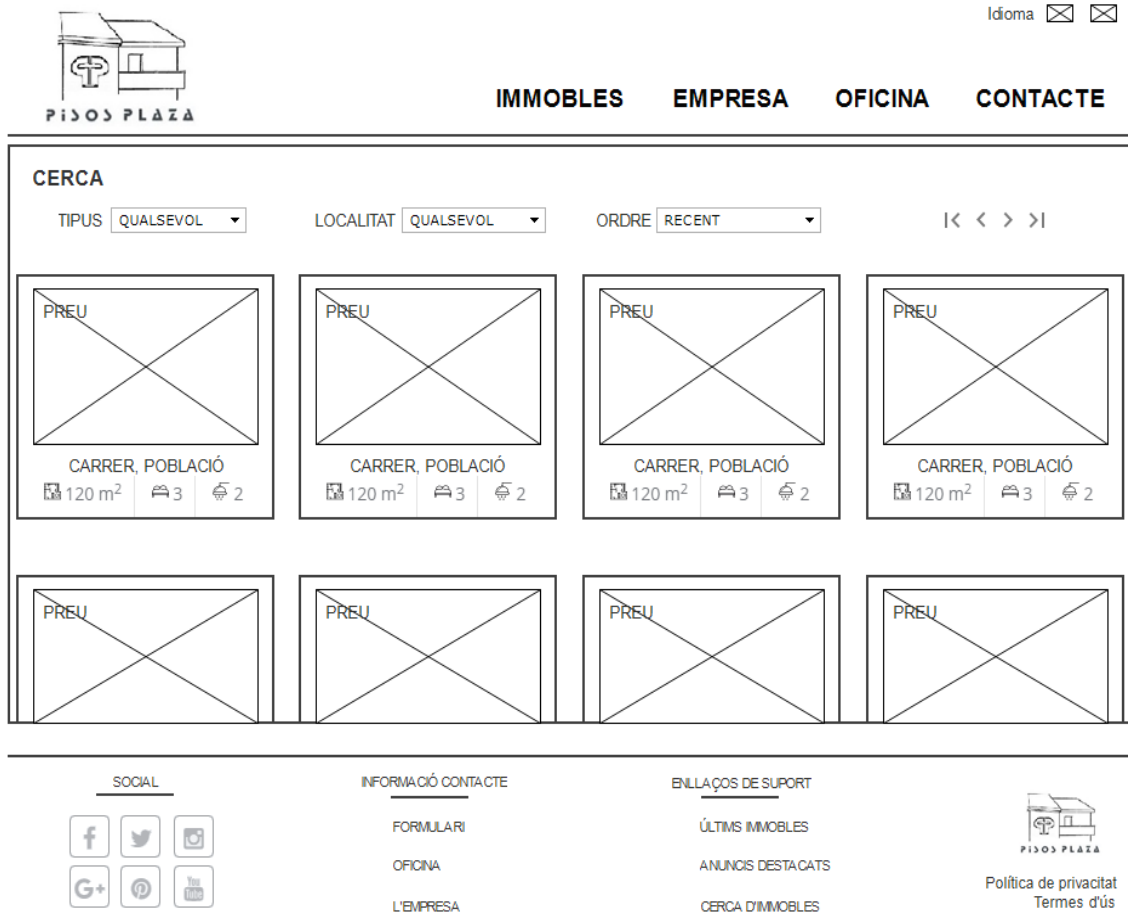
Imatge 17

En tractar-se d'una web immobiliària, la informació inicial resulta clau per atraure els usuaris potencials, per aquest motiu, la informació de l'empresa passa a un àmbit secundari, donant la importància als habitatges disponibles, en el nostre cas els més recents. Les previsualitzacions de cada habitatge, ens indiquen de forma clara les seves principals característiques seguint un mateix estil en tots ells: preu part superior esquerra; imatge representativa zona superior central; situació geogràfica just a sota; trets més significatius (mida i distribució).



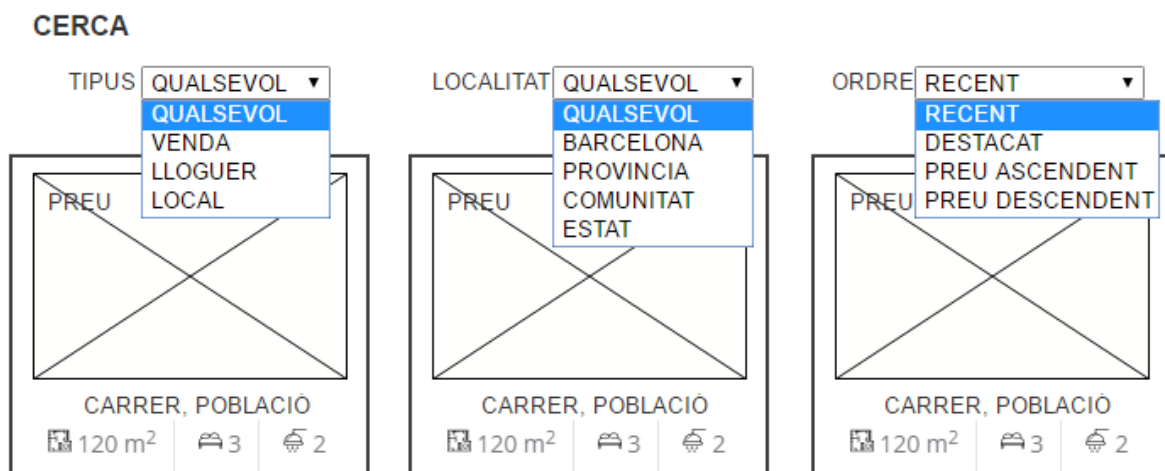
Imatge 18

Seguidament, s'ha realitzat el prototip de la p·gina del cercador, la m·s utilitzada amb tota seguretat. Per aquest motiu, es mant· l'estructura superior amb el logotip de l'empresa i el men· de navegaci3. A traves dels filtres establerts, es mostrar· el seguit de fitxes que compleixin els requisits. Per defecte, es mostren tots els elements disponibles.



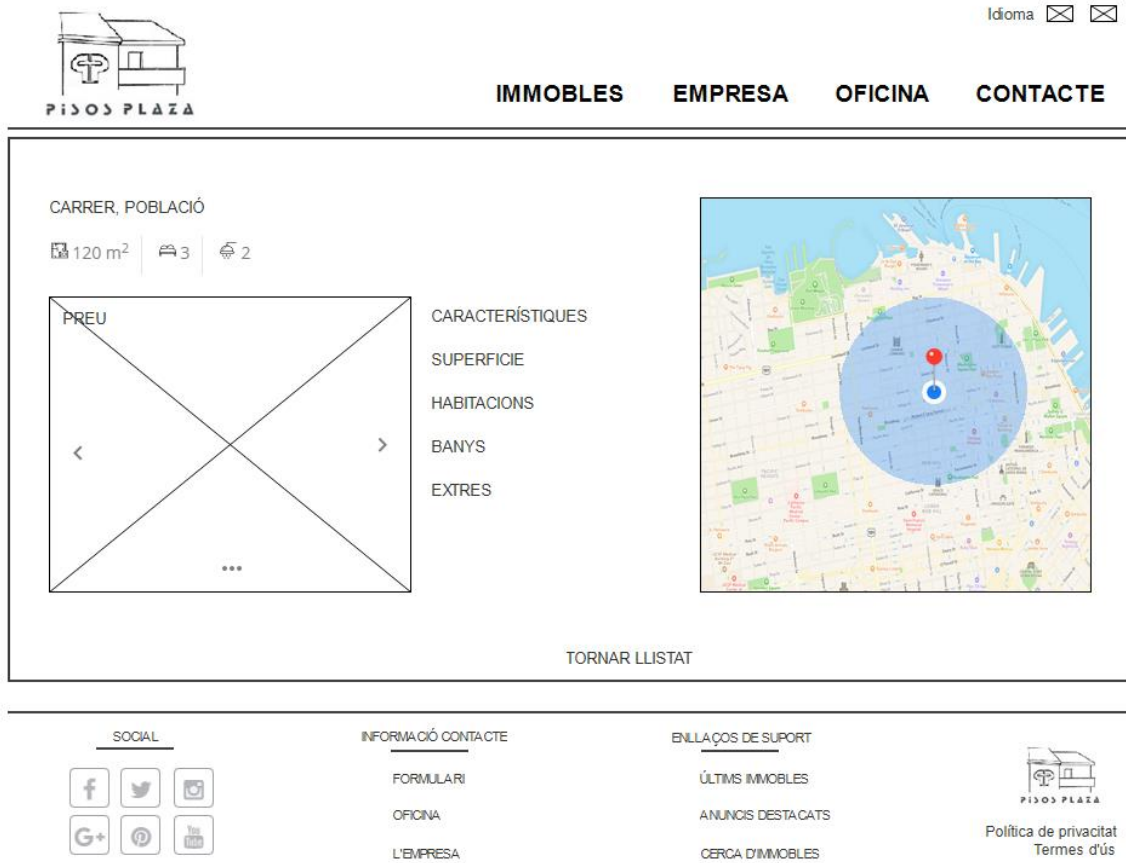
Imatge 19

Els filtres disponibles en cada apartat són els següents. En el moment de seleccionar, s'actualitza directament la galeria de fitxes.



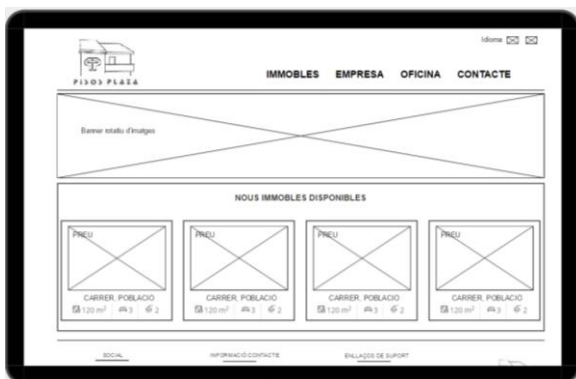
Imatge 20

La pàgina de la fitxa individualitzada, ens mostra tota la informació al respecte de l'habitatge: tira d'imatges, característiques estructurades i la seva posició en un mapa interactiu.

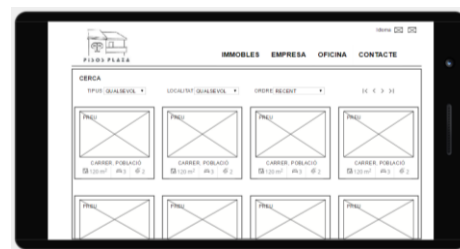


Imatge 21

El lloc web és adaptatiu i permet ser visualitzat des de qualsevol dispositiu, ja sigui telèfon mòbil o tauleta portàtil.



Imatge 22



Imatge 23

6.2.5 Presentaci3 inicial

El client resulta entusiasmat envers la presentaci3 del nou lloc web i la distribuci3 ofertada. S'expliquen de paraula les p·gines pendents (empresa, oficina i contacte), per3 en ser totalment est·tiques, ja que serveixen per mostrar informaci3 fixa, queden satisfets. El prop3sit 3s explicar amb un text la plana de l'empresa, a la plana de l'oficina indicar la localitzaci3, amb el suport d'un mapa geogr·fic, a m3s de l'horari. Pel que fa a la plana contacte, un formulari b·sic amb les dades essencials per iniciar la relaci3 client - empresa.

S'han comentat algunes modificacions que es poden afegir. Aquests requeriments es tindran en compte al moment de fet el disseny definitiu sempre que sigui possible.

- Possibilitat de veure a pantalla sencera les imatges de la fitxa.
- Visualitzar la resta d'imatges en miniatura disponibles en cada fitxa.
- Opci3 de mostrar el baner de la plana principal a sota de les novetats.

6.2.6 Disseny interfície

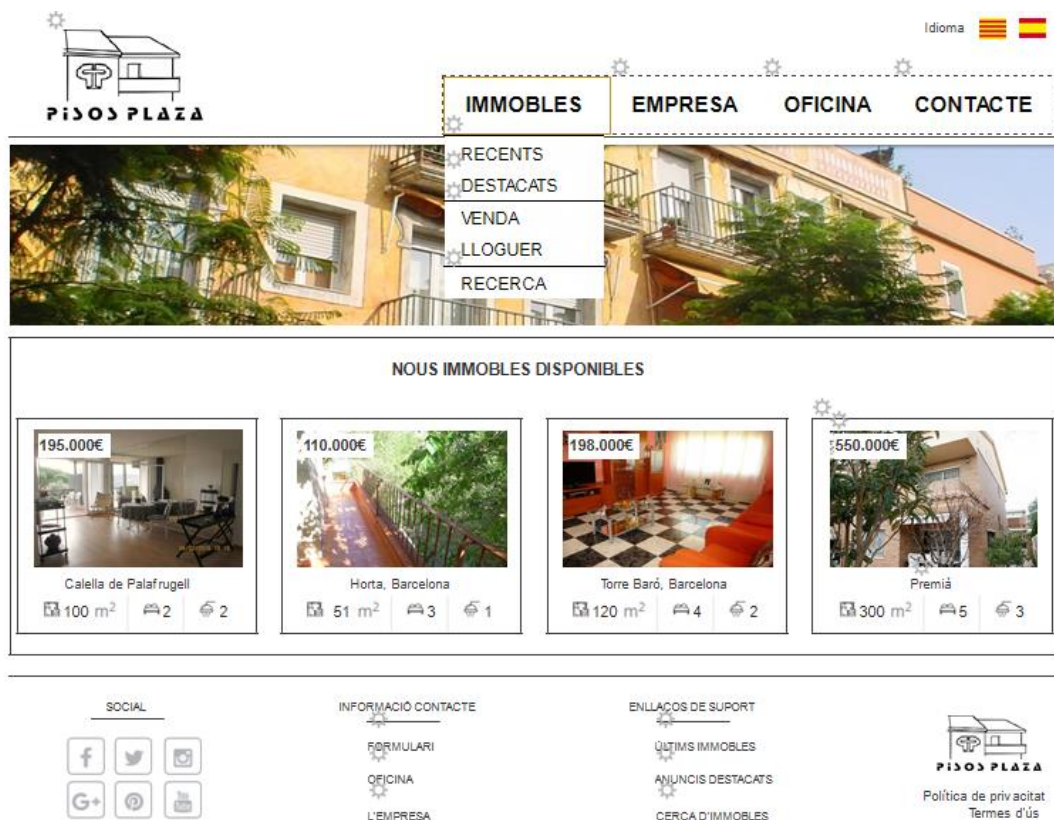
Una vegada tenim l'aprovació per part del client, amb les petites millores comentades, treballarem per crear totes les planes possibles i afegir un contingut real al lloc web.

Ja que el programa utilitzat ens dona la possibilitat de crear una interactivitat real, farem els ajustaments necessaris per durant la presentació final, que el client pugui navegar entre les diferents planes i no mostrar únicament un seguit de pàgines estàtiques. D'aquesta manera, el resultat es trobarà més pròxim al que trobaran els usuaris, i d'altre banda, es podran observar de manera més senzilla possibles errors.

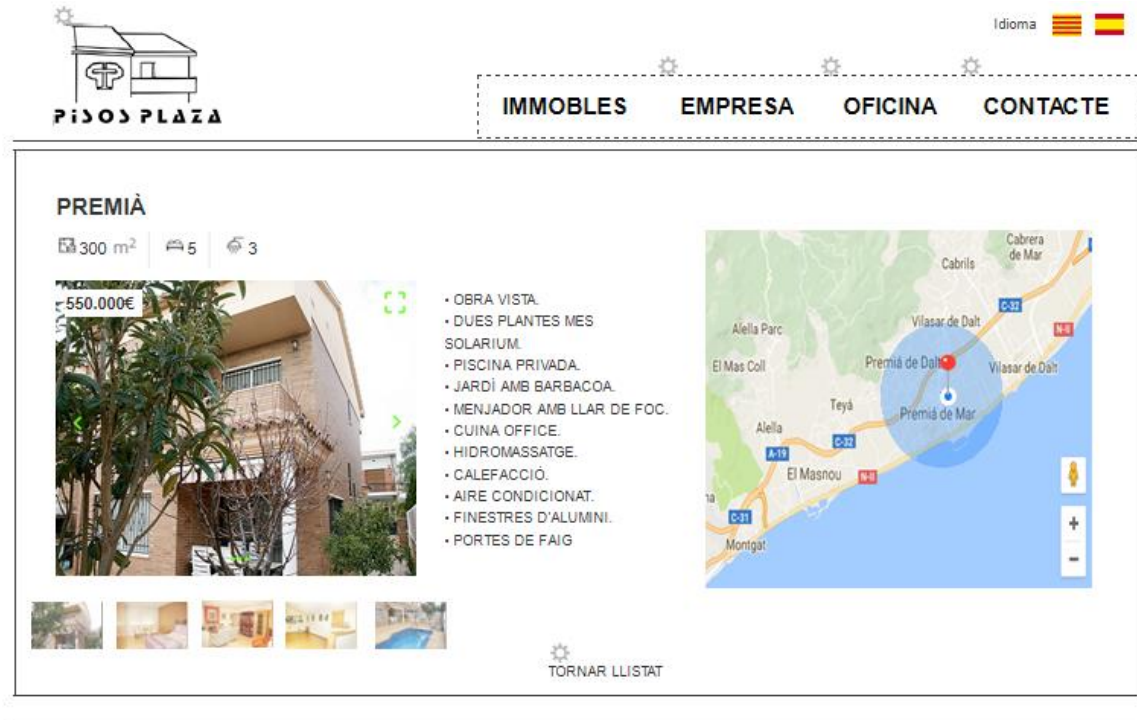
La representació final mostra nou planes del lloc web: Home o Inici, Empresa, Oficina, Contacte, Fitxa i Recerca. A més d'algunes de les cerques predefinides com Destacats, Recents o Venda.

Als elements comuns durant tot el lloc web, el menú superior i el menú inferior, presenten els vincles a les pàgines enllaçades. També la imatge del logotip superior, permet tornar a la web d'inici. El banner inicial es troba en rotació constant amb un seguit d'imatges representatives.

La totalitat de planes es podran consultar dins del seu annex, amb una qualitat i mides superiors. De la mateixa forma, l'arxiu .vp permetrà fer una navegació realista. Un mateix habitatge es mostra d'exemple a diferents planes de recerca per enllaçar amb la seva fitxa.



La pàgina de la fitxa, manté la idea original i presenta una estructura vertical en tres blocs diferenciats: imatges de l'habitatge, característiques principals i localització geogràfica. També la possibilitat de navegar en les imatges, fins i tot a pantalla sencera.



Imatge 25

La informació de l'empresa i l'oficina es presenta en pàgines estàtiques sense possibilitat d'interactuar. Un text explicatiu i les dades on trobar físicament l'empresa.

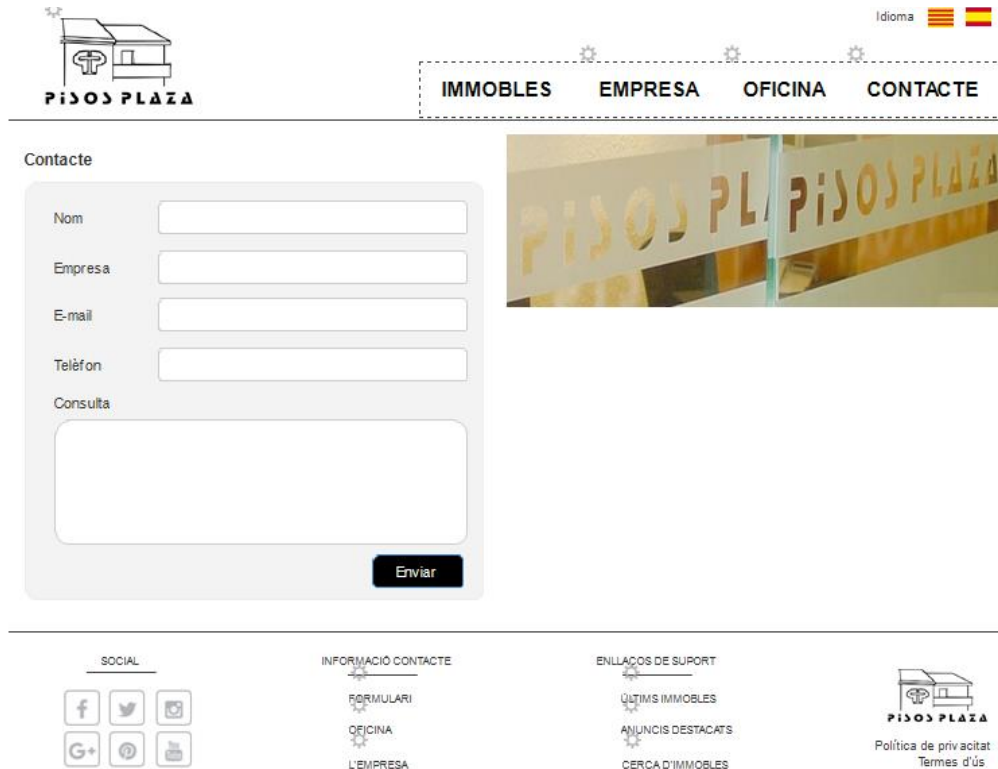


Imatge 26



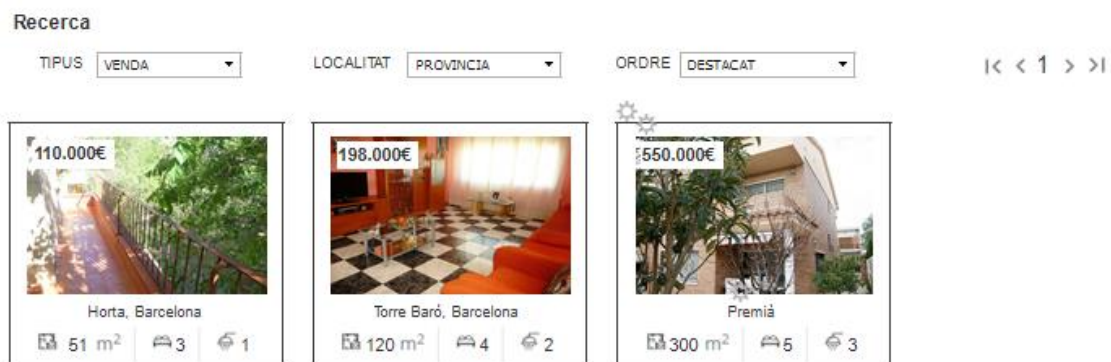
Imatge 27

En canvi, a la plana de contacte i tenim present un formulari amb requeriments molt bàsics, per resoldre qualsevol dubte dels clients que optin per utilitzar aquesta via en comptes d'altres: telèfon o correu electrònic.

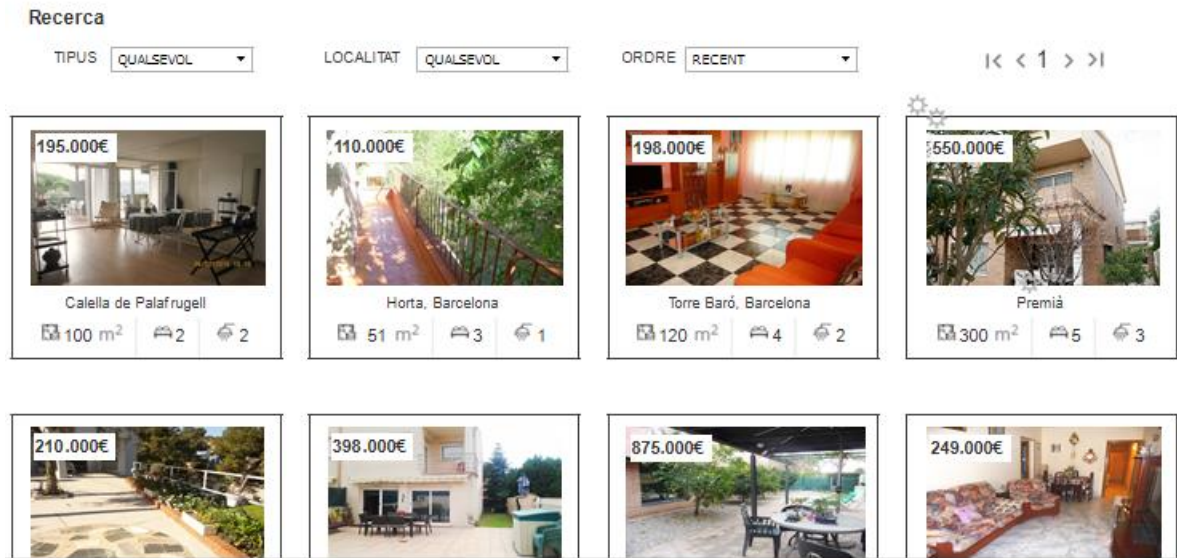


Imatge 28

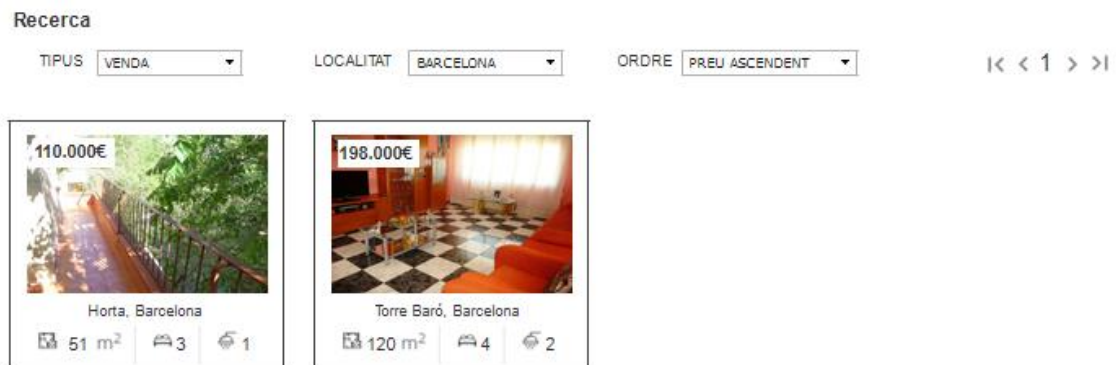
Segons l'enllaç original o els canvis en el cercador, els resultats mostrats aniran actualitzant-se de forma gairebé automàtica. Existeix la possibilitat que el mateix habitatge pertanyi a diferents filtres, mostrant-se en tot moment.



Imatge 29

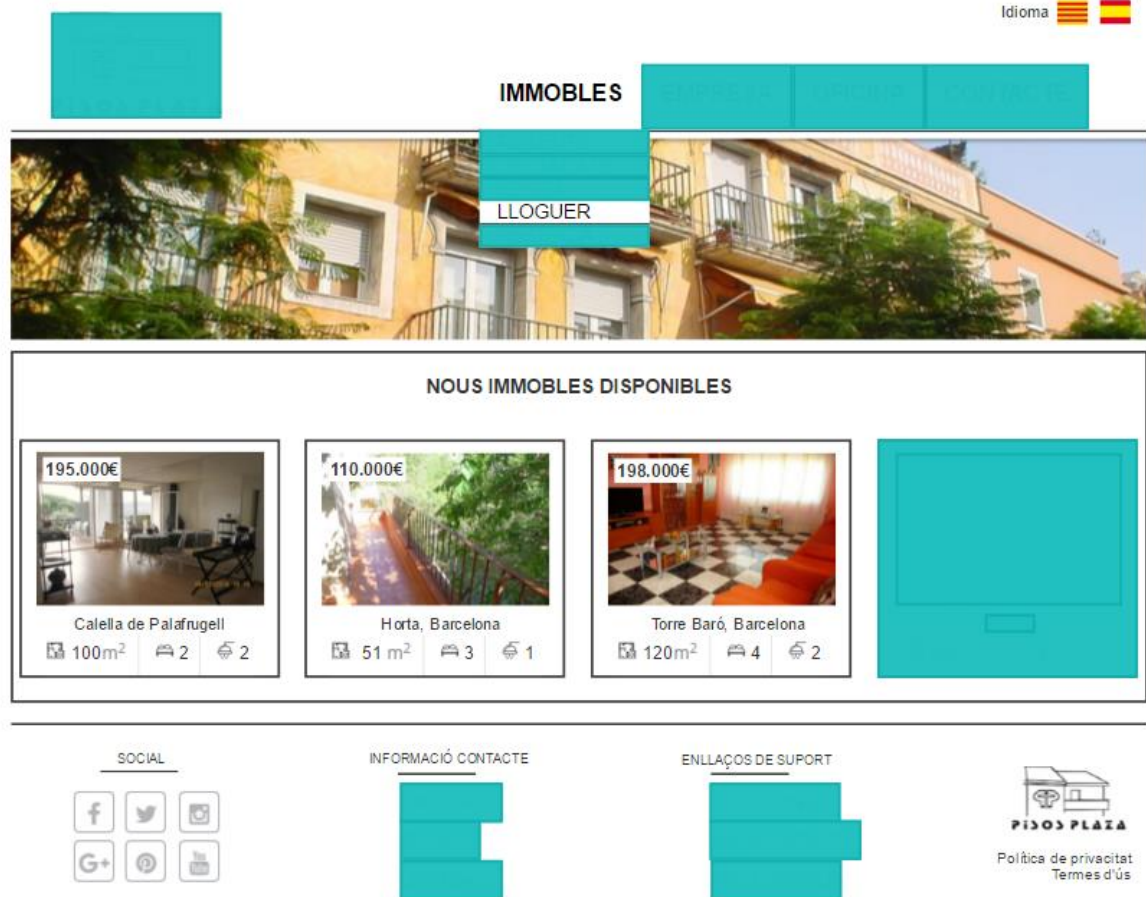


Imatge 30



Imatge 31

La següent imatge mostra la posició dels vincles creats, que permeten una navegació total entre les diferents planes.



Imatge 32

6.2.7 Presentació final

El client tot i quedar satisfet en primera instància, es notava que hi havia alguns apartats que li era difícil imaginar el resultat final. Per aquesta raó, la presentació visual amb la informació final té una interactivitat entre planes real. Fet que sorprèn al client i el permet dissipar tots els dubtes anteriors.

La implementació real quedarà pendent de realitzar en un futur degut a causes contractuals actuals amb altres empreses de suport. De la mateixa forma, el client disposa de la idea d'estructuració i es lliure de realitzar el treball d'implementació amb qui ho cregui oportú.

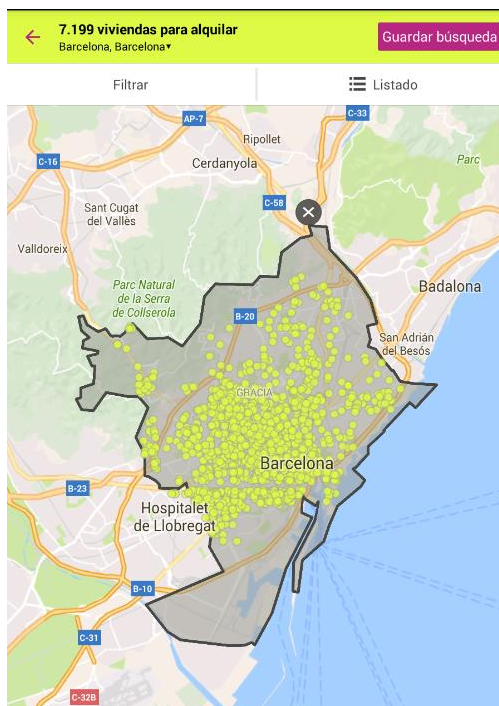
6.3 Creació aplicació mòbil

Aquesta fase del treball parteix de zero ja que no presenta res similar actualment. La idea es crear una aplicació focalitzada en el nostre client, però mitjançant els mínims canvis possibles, utilitzar l'estructura per ampliar amb més empreses del sector o relacionades, així creant un conglomerat beneficiós per a totes les parts. En aquesta part l'objectiu serà l'aplicació del client actual.

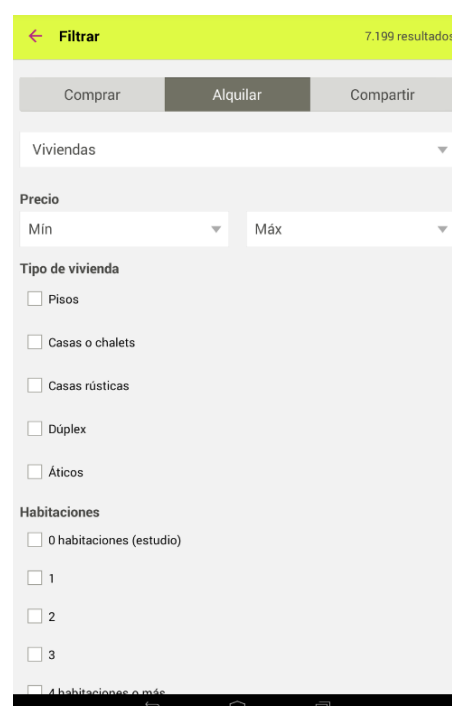
Primerament, s'estudia el mercat actual per tenir constància de les similituds existents en la majoria de aplicacions dins del sector. Així com conèixer les estructures de navegació i visuals que s'utilitzen. Tres de les aplicacions més descarregades i conegudes dins del sector immobiliari, ja sigui per publicitat web, diaris o televisió, són: Idealista i Fotocasa amb més d'un milió de descàrregues, i Pisos.com amb mig milió, només tenint en compte Play Store de la plataforma Android.

El gran volum del que disposen, tant en nombre d'habitatges com de zones geogràfiques, possibilita la necessitat de crear un usuari per guardar diferent informació: recerques preferides, filtres directes, avisos, etc. La nostra situació actual de volum, no fa indispensable aquest requisit, tot i que en un futur, amb més empreses adherides, es podrà implementar utilitzant els comptes habituals (Gmail o Facebook) per agilitzar als usuaris la introducció de les dades necessàries. Una possibilitat serà filtrar per tipus de serveis de les diferents empreses, o per zona geogràfica.

Fent una recerca simple indicant "Barcelona Ciutat", provoca una quantitat de resultats superior als set mil. Per aquest motiu, presenten un major nombre de filtres disponibles: tipus, quantitat habitacions/ banys, preu, estat, característiques, mides, etc.



Imatge 33

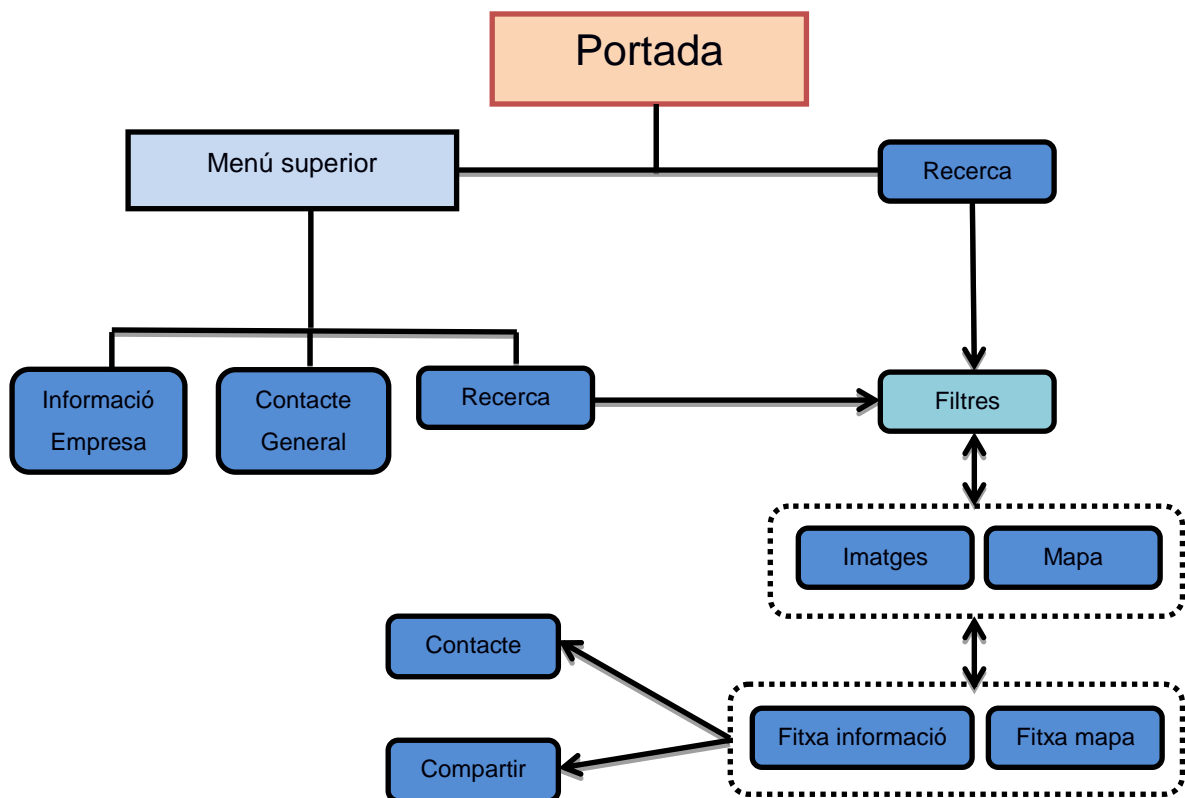


Imatge 34

6.3.1 Disseny estructura

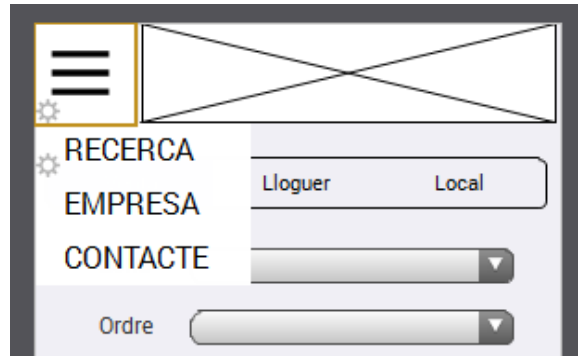
En tractar-se d'un dispositiu força diferent, tant en ús com en usuari final, s'han simplificat les planes. Mantinent en tot moment estructures visuals similars mostrant la informaci3 concreta segons el moment, però presentant-se en posicions idèntiques: text i botons comuns. D'aquesta forma l'usuari obté una navegaci3 més neta i simple, possibilitant un aprenentatge més ràpid.

Les recerques ens mostren els resultats segons els filtres utilitzats de dues formes: llistat amb les imatges descriptives i la informaci3 bàsica, o un mapa geogràfic amb els resultats marcats. Inicialment el mapa no es mostrava, però després de parlar amb el client i veient que es un sistema generalitzat dins del sector de les aplicacions immobiliàries, s'han fet les modificacions necessàries per afegir-ho.



6.3.2 Disseny prototip interfície

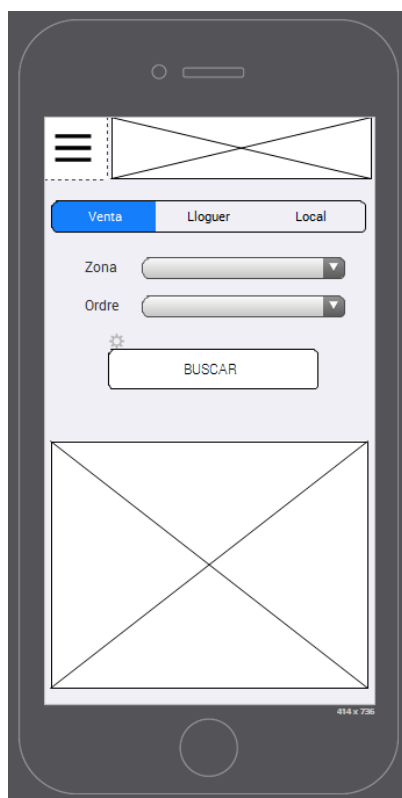
En tot moment, l'aplicaci3 mostra a la part superior el men3 ocult, que desplega les opcions en tocar a sobre, a m3s de la imatge escollida per representar al client. En el nostre cas, la icona d'inici de l'aplicaci3 i el nom de l'empresa amb la seva tipografia.



Imatge 35

S'ha optat per mostrar a la plana principal directament el cercador, ja que és l'objectiu de l'usuari. Seleccionem alguna de les tres opcions de filtre i posteriorment, escollim la zona a mostrar i l'ordenaci3.

La plana del cercador presenta un submen3 per tornar a la plana anterior, per modificar les opcions de filtrat i la informaci3 de la zona escollida. El llistat es mostra amb imatges de presentaci3 i la informaci3 m3s rellevant. A sota hi ha la navegaci3 per p·gines dels resultats de la cerca.

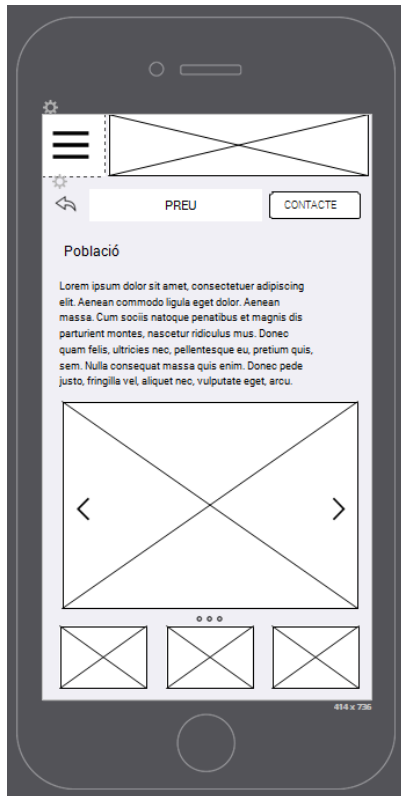


Imatge 36

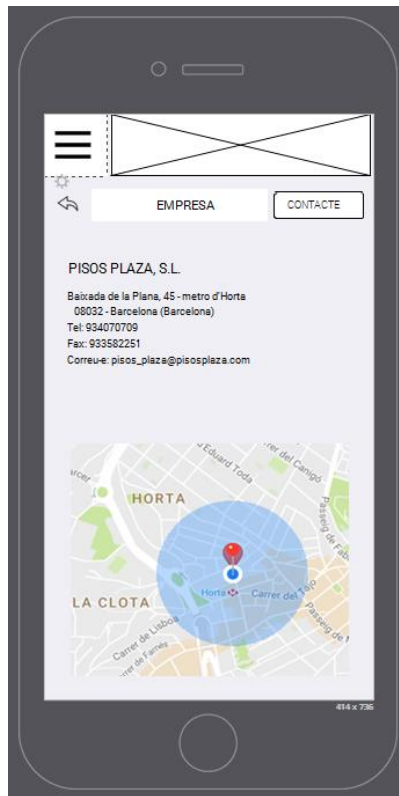


Imatge 37

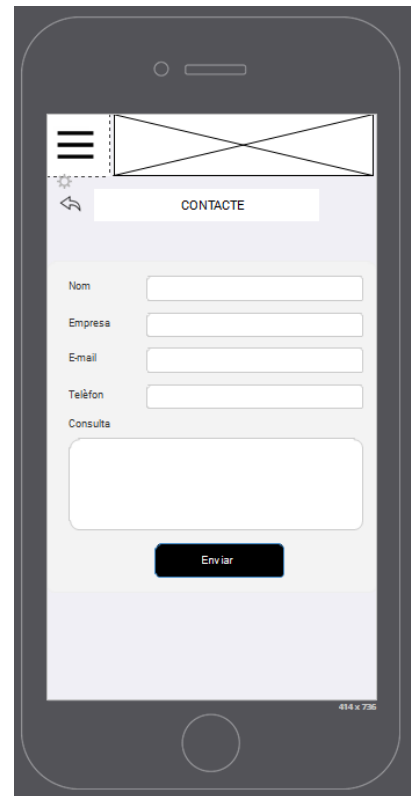
La fitxa mostra les característiques de l'habitatge, així com les imatges disponibles a major mida, amb la possibilitat de mostrar-se a pantalla sencera. Així com un accés directe a la plana contacte, que mostra un formulari bàsic a l'usuari. La plana d'empresa ens indica la informació principal de contacte, així com la localització física de forma visual.



Imatge 38



Imatge 39



Imatge 40

6.3.3 Presentació inicial

Els dissenys primaris resulten atractius per part del client. En tractar-se d'una empresa pime, la simplicitat visual, així com el volum d'usuaris estimat, fa possible centrar-se directament en la informació objectiu. Igualment, l'estructuració esta pensada per ampliar-se de forma senzilla afegint al menú superior el llistat d'empreses que mostraran els resultats.

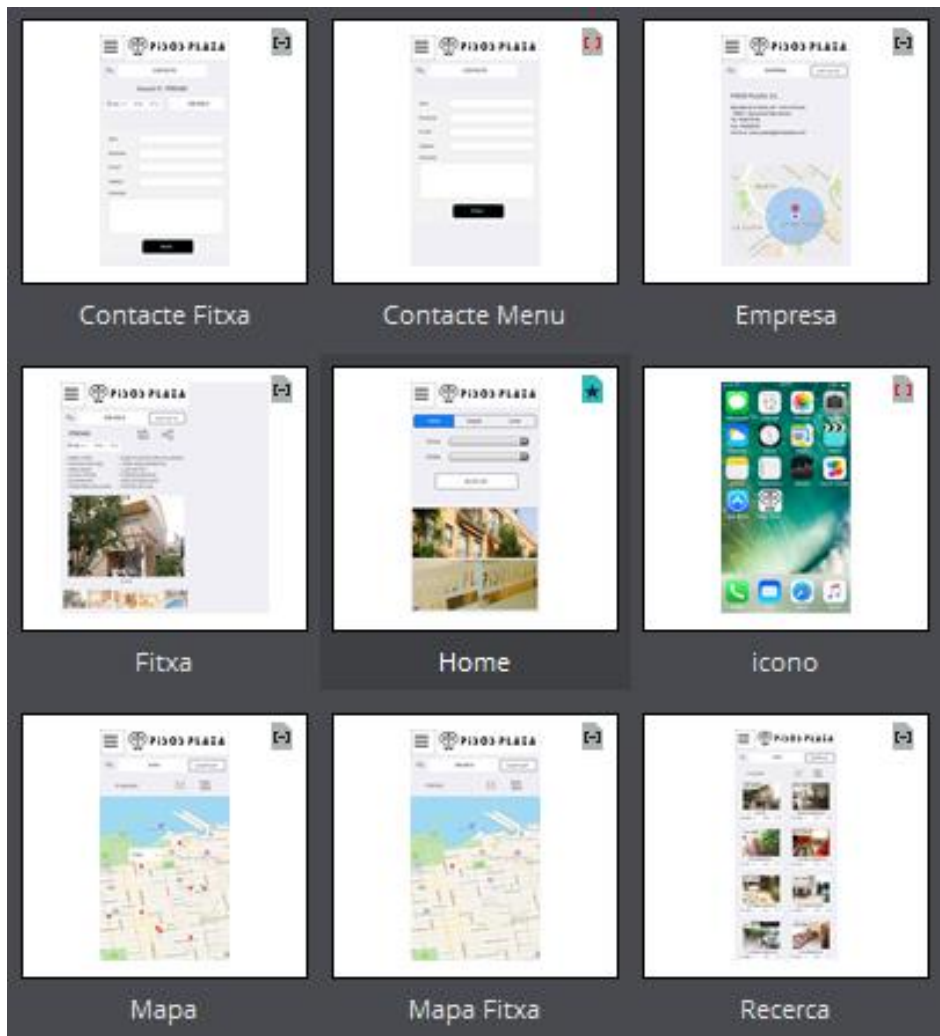
Un cop exposats els diferents punts de vista, es faran les següents modificacions:

- Incorporar opció mapa visual a la plana de recerca, on sortiran les diferents opcions disponibles conjuntament. Es podrà anar a la fitxa directament des de aquesta opció.
- Afegir dins la fitxa individual el mapa geogràfic de manera individual.
- Integrar l'opció de compartir amb les diferents xarxes socials.
- Canviar la forma de mostrar els resultats de les recerques. En comptes d'utilitzar paginació, es farà servir desplaçament vertical dins la mateixa plana.
- Diferenciar la plana contacte segons arribis des de el menú superior, deixant un contacte neutre sense referències, amb el contacte des de la fitxa individual, on es mostra informació de l'habitatge. D'aquesta forma les consultes seran més específiques i amb millor qualitat de resposta.

6.3.4 Disseny interfície

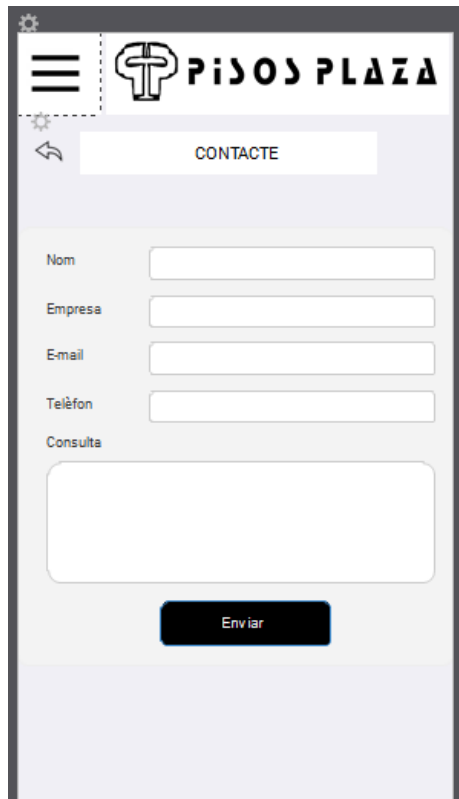
Seguint les indicacions de la reunió per fer les modificacions requerides, es dissenyen la totalitat de les planes i s'introdueix informació real (text i imatges). De la mateixa forma que en el lloc web, utilitzant l'eina disponible, s'introdueix la navegació entre planes. L'opció gesticular pròpia dels dispositius tàctils no es troba disponible en la versió actual, únicament en la de pagament. Per aquesta raó, i com que la mostra es produirà mitjançant un ordinador, utilitzarem els vincles disponibles mitjançant clics.

Resum visual de les diferents planes de l'aplicació. S'inclou la visió des de fora de l'aplicació en el conjunt del dispositiu.

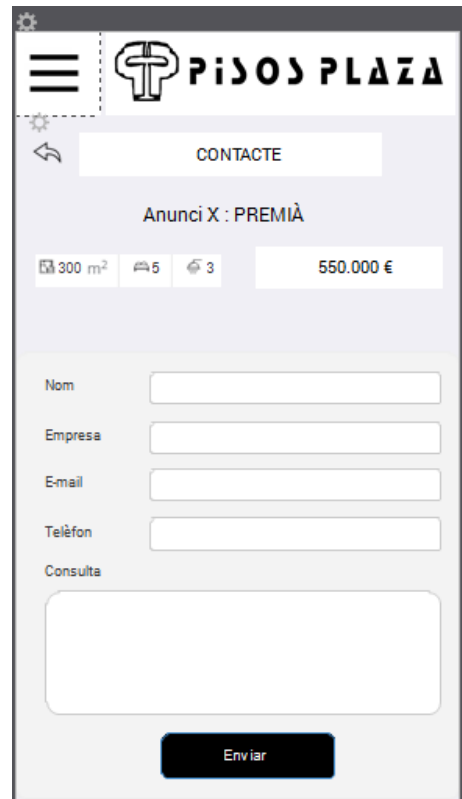


Imatge 41

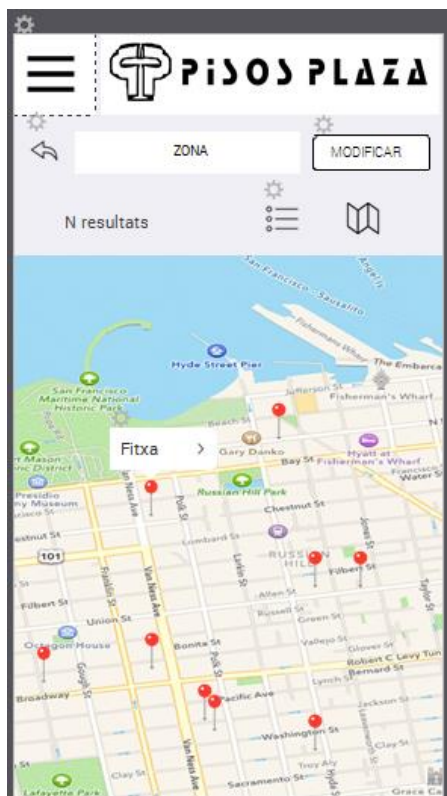
A continuació exemplificarem les modificacions, mostrant la dualitat de planes segons l'origen del vincle. D'una banda les finestres de contacte i d'altre els mapes geogràfics.



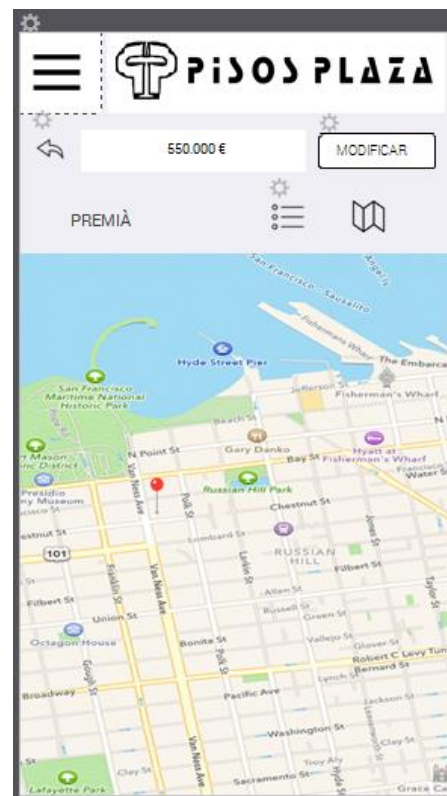
Imatge 42



Imatge 43

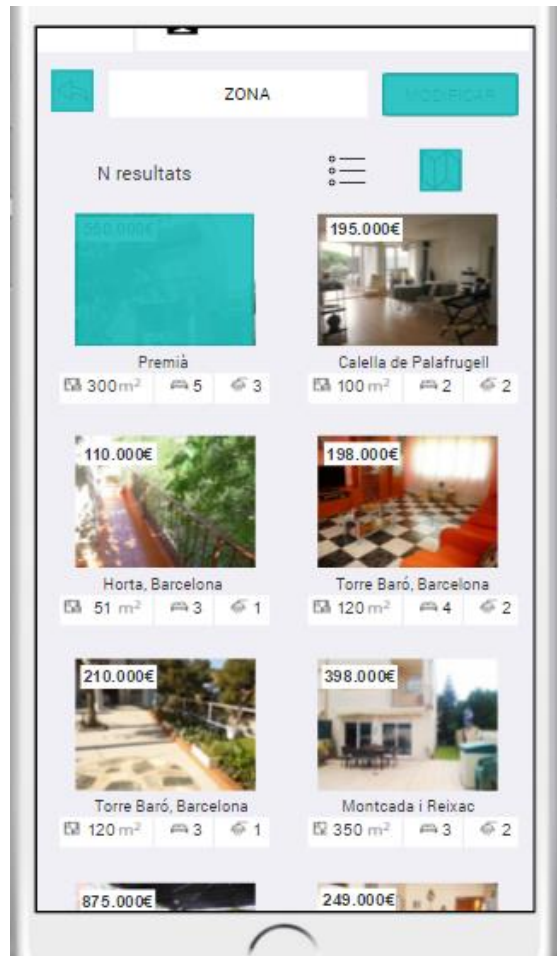


Imatge 44



Imatge 45

Mostra de la navegació puntual de la plana del cercador, així com el moviment vertical indicant l'existència d'un major nombre d'habitatges mostrats.



Imatge 46

La totalitat de planes es podran consultar dins del seu annex, amb una qualitat i mides superiors. De la mateixa forma, l'arxiu .vp permetrà fer una navegació realista.

6.3.5 Presentació final

Amb el suport de l'eina escollida, el client es mostra predisposat per implementar l'aplicació a la major brevetat possible. Reconeix que actualment no té un enfocament correcte envers la direcció de màrqueting i posicionament. De igual forma que estar present en el món digital afavorirà arribar a un ventall d'usuaris més ample. També pot utilitzar les eines proposades com a suport dins de presentacions, reunions amb clients o empreses, etc.

7. Plataforma de desenvolupament

Recursos tecnològics utilitzats:

7.1 Hardware

- Procesador Intel® Core, i7-4700MQ (2.4 GHz, 6 MB)
- Memòria RAM 8GB DDR3L SODIMM (2x4GB)
- Disco dur 750 GB (5400 rpm S-ATA)
- nVidia GeForce GT740M 2GB GDDR3
- BenQ E2420HD

7.2 Software

- Adobe Photoshop CS6
Programari de retoc fotogràfic i dibuix basat en quadricula de píxels.
- Adobe Illustrator CS6
Programari de dibuix i il·lustració vectorial.
- Adobe Premiere CS6
Programari d'edició i retoc de vídeo.
- Adobe Audition CS6
Programari d'edició i retoc d'àudio.
- Justinmind Prototyper 7.8.0
Eina de disseny avançat que permet fer simulacions realistes.
- Microsoft Project 2010
Programari d'administració de projectes.
- Microsoft Word 2010
Programari de processament de text.

8. Planificació

S'inclou en l'annex el document Planificacio_Emilio_Plaza.mpp en el qual s'han definit les següents tasques:

Nom de la tasca	Duració	Inici	Fi
Definició del projecte	7 dies	lun 27/02/17	mar 07/03/17
Títol	1 dia	lun 27/02/17	lun 27/02/17
Introducció	1 dia	lun 27/02/17	lun 27/02/17
Descripció	1 dia	mar 28/02/17	mar 28/02/17
Objectius	1 dia	mié 01/03/17	mié 01/03/17
Metodologia	1 dia	jue 02/03/17	jue 02/03/17
Planificació	2 dies	vie 03/03/17	lun 06/03/17
Estructura de la memòria	1 dia	mar 07/03/17	mar 07/03/17
Entrega PAC1	0 dies	mar 07/03/17	mar 07/03/17
Redisseny logotip	11 dies	mié 08/03/17	mié 22/03/17
Estat actual	2 dies	mié 08/03/17	jue 09/03/17
Creació esbossos	4 dies	vie 10/03/17	mié 15/03/17
Presentació opcions al client	1 dia	jue 16/03/17	jue 16/03/17
Finalitzar imatge escollida	2 dies	vie 17/03/17	lun 20/03/17
Actualitzar memòria	2 dies	mar 21/03/17	mié 22/03/17
Creació lloc web	23 dies	jue 23/03/17	mié 26/04/17
Estat actual	2 dies	jue 23/03/17	vie 24/03/17
Reunió amb client	1 dia	lun 27/03/17	lun 27/03/17
Disseny estructura	1 dia	mar 28/03/17	mar 28/03/17
Disseny prototip interfície	3 dies	mié 29/03/17	vie 31/03/17
Presentació prototip visual	1 dia	lun 03/04/17	lun 03/04/17
Actualitzar memòria	2 dies	mar 04/04/17	mié 05/04/17
Entrega PAC2	0 dies	mié 05/04/17	mié 05/04/17
Disseny interfície	8 dies	jue 06/04/17	mié 19/04/17
Reunió amb client	1 dia	jue 20/04/17	jue 20/04/17
Modificacions	2 dies	vie 21/04/17	lun 24/04/17
Actualitzar memòria	2 dies	mar 25/04/17	mié 26/04/17
Creació aplicació mòbil	23 dies	jue 27/04/17	lun 29/05/17
Disseny estructura	2 dies	jue 27/04/17	vie 28/04/17
Disseny prototip interfície	3 dies	lun 01/05/17	mié 03/05/17
Reunió amb client	1 dia	jue 04/05/17	jue 04/05/17
Actualitzar memòria	2 dies	jue 04/05/17	vie 05/05/17
Entrega PAC3	0 dies	vie 05/05/17	vie 05/05/17
Modificacions	2 dies	lun 08/05/17	mar 09/05/17
Disseny interfície	9 dies	mié 10/05/17	lun 22/05/17
Test	2 dies	mar 23/05/17	mié 24/05/17
Reunió amb client	1 dia	jue 25/05/17	jue 25/05/17
Modificacions	2 dies	vie 26/05/17	lun 29/05/17
Entrega Final	16 dies	mar 30/05/17	lun 19/06/17
Finalitzar memòria	11 dies	mar 30/05/17	mar 13/06/17
Presentació projecte	4 dies	mié 14/06/17	lun 19/06/17
Lliurament final	0 dies	lun 19/06/17	lun 19/06/17

Taula 1: Planificació

La distribució del projecte es realitza tenint en compte els tres principals blocs, a més de la definició inicial i la documentació final. Com a fites clau es presenten d'una banda les entregues parcials, s'ha optat per enquadrar-les un cop presentades les opcions al client i escollida la final.

D'altre banda, durant la realització del projecte es faran diferents reunions amb el client, tant per controlar les pautes marcades inicialment, com per concretar la opció final i treballar-la de forma exhaustiva. Igualment, s'han destinat dies de modificacions per si en el moment de mostrar les finalitzacions dels tres blocs, fos necessari realitzar alguna variació.

8.1 Gestió de riscos

A continuació s'exposaren tres possibles riscos que es poden donar en la fase de producció i que podrien implicar problemes econòmics i temporals al projecte.

1) Pèrdua de la feina i el treball realitzat degut a problemes externs o interns (fallades en els equips)

PROBABILITAT	IMPACTE	SEVERITAT
1 Baixa	3 Alt	1 x 3 = 3
Se suposa que els equips funcionen en estat òptim i perfectament. S'estima que els equips i el sistema estaran protegits i preparats en el cas de causes meteorològiques com tempestes, talls d'electricitat, etc.	En la circumstància que es perdi informació, repetir i tornar a realitzar tot el que s'ha fet fins ara implicaria utilitzar temps per tenir-ho tot de nou, cosa que, a curt termini, afectaria negativament al calendari, i per extensió, al projecte.	BAIX

Taula 2: Gestió de riscos 1

Acció de mitigació: dur a terme còpies de seguretat o *backups* periòdiques en discos durs externs. És important també no oblidar el servei d'emmagatzematge basat en el núvol que pot ser una via de fàcil ús i ràpida.

2) No s'ha especificat el projecte adequadament

PROBABILITAT	IMPACTE	SEVERITAT
2 Mitja	2 Mitja	$2 \times 2 = 4$
Es possible que no alguna tasca no s'hagi especificat en el projecte al no comptar amb ella. En principi s'ha treballat correctament la planificació perquè això no succeeixi.	Si totes les parts del projecte no s'han especificat correctament, el projecte sofrirà un endarreriment.	MITJA

Taula 3: Gestió de riscos 2

Acció de mitigació: Planificar el projecte pensant en tots els elements que formen part d'ell.

3) El retràs d'una tasca provoca l'endarreriment de les dependents

PROBABILITAT	IMPACTE	SEVERITAT
3 Alta	2 Mitja	$2 \times 3 = 6$
La majoria de les tasques depenen una de l'altre. En haver-hi una persona per realitzar tot el projecte, no es recomanable solapar les tasques.	Si una tasca depèn d'una altre, aquesta no es podrà realitzar fins que no es solucioni la tasca prèvia.	ALT

Taula 4: Gestió de riscos 3

Acció de mitigació: S'han de separar totes les tasques en la mesura de lo possible de forma independent. Per altra banda, s'han d'incloure dies de contingència per tal de posar remei a aquests casos.

9. Perfils d'usuari

El perfil objectiu d'aquest projecte, tot i estar dividit en dues aplicacions, lloc web i app mòbil, entenem que pertanyen a un target similar, persones interessades en adquirir immobles.

Segons un estudi realitzat l'any 2015 a més de 10.000 usuaris per l'empresa d'investigació de mercats Netquest. El perfil del comprador d'habitatges determina que, el grup més destacat té una edat compresa entre els 35-44 anys (38%); seguit dels de 25 i els 34 anys (26%) i els d'entre 45 i 54 anys (24%).

Altres dades que podem extreure d'aquest estudi és que la gran majoria dels compradors de pisos a l'any 2015 tenen treball i el sou oscil·la entre 24.000 i 30.000€ a l'any, disposen de titulació universitària i viuen en parella. Amb aquestes premisses, el target al qual va dirigit aquest servei és per gent que oscil·la entre els 23 i 54 anys, majoritàriament homes i disposen de titulació universitària.

Dins d'aquest interval d'edat, la utilització de les diferents tecnologies no hauria de suposar cap problema, ja que amb tota garantia, fan un ús diari d'eines similars.

Fitxa 1.

Nom: Sergio.

Edat: 24 anys.

Professió: Estudiant de postgrau.

Descripció: Graduat el curs passat en una enginyeria, ha optat per seguir la seva vida acadèmica a una ciutat diferent on s'imparteix el màster que creu oportú.

El seu objectiu és trobar un lloguer, el més econòmic possible, dins d'un radi pròxim a la facultat, ja que inicialment no coneix res de la ciutat i prefereix establir-se a prop de la seu. Amb el suport del mapa geogràfic, podrà veure les diferents opcions i filtrar els resultats globals.

Fitxa 2.

Nom: Cristina.

Edat: 34 anys.

Professió: Professora de primària.

Descripció: Casada i amb dos fills de 1 i 3 anys, actualment no té feina que reporti ingressos i la seva dedicació són els seus nens. Degut a una nova feina del marit en una ciutat nova, s'han de traslladar durant un temps indeterminat, amb un mínim cinc anys. La seva finalitat durant la cerca d'habitatge es trobar un pis amb dimensions adequades per a tota la família, proper a una zona escolar, tant pels nens en els pròxims anys com per si surt feina. Inicialment la recerca es centrarà en lloguer, tot i que no es descarta una compra si surt una bona oportunitat.

Fitxa 3.

Nom: Pedro.

Edat: 43 anys.

Professió: Empresari del sector gastronòmic.

Descripció: Amb diferents restaurants a la costa catalana, el següent objectiu és introduir-se a una gran ciutat. La idea inicial es trobar un local de grans dimensions adient a les seves necessitats, com que ja té una experiència prèvia, no li resulta difícil establir els seus filtres. Un cop feta una primera selecció, s'informarà de les opcions de restauració de les zones per trobar l'emplaçament més apropiat. La intenció és comprar el local, tot i que si n'hi ha una oportunitat de lloguer, no serà descartada directament.

Fitxa 4.

Nom: Jordi.

Edat: 52 anys.

Professió: Director d'oficina territorial en una multinacional de subministrament.

Descripció: L'increment salarial recent gràcies a la millora del seu lloc de treball, l'han fet decidir-se juntament amb la seva parella, a la compra d'un segon habitatge destinat principalment a les estades de vacances, tot i que no es descarta si es troba a una distància raonable, fer-ne ús els caps de setmana. Com que ja coneixen el territori i la majoria de poblacions costeres, els resultarà més fàcil identificar els habitatges desitjats.

10. Tests

Els test es realitzaran per evitar problemes en la visualització del lloc web a les diferents plataformes habituals: pc, mòbil i tauletes. Optimitzant la informació necessària i variant la distribució si fos necessari.

De la mateixa forma, l'aplicació mantindrà el mateix concepte envers la diversitat de dispositius i resolucions disponibles.

D'altre banda, l'ús d'un esquema força estandarditzat, tant en el lloc web com en l'aplicació, permet a l'usuari comú (no necessàriament involucrat en el món tecnològic més del nivell bàsic) mantenir una navegació senzilla e intuïtiva. Aquest fet es comprova amb les quatre persones que mostren els diferents perfils principals d'ús.

Els dos primers casos, els de menor edat, no mostren cap tipus de problema ja que es troben acostumats a les dues interfícies disponibles (web i app).

Pel que fa als dos últims, que corresponen als de major edat, l'ús més habitual a la navegació web provoca una ràpida adaptació dins l'estructura web. En el mostreig de l'aplicació, en no trobar-se habitualment dins d'aquest format, hi ha accions que no utilitzen per falta d'aprenentatge previ:

- zoom en els mapes.
- desplaçament intuïtiu dins les imatges.
- reconèixer i fer-ne ús del botó per compartir a les diferents xarxes socials o mitjançant missatgeria.

Un cop comentats aquestes mancances per falta de coneixement, ho assimilen ràpidament i valoren la seva aplicació, ja sigui en aquest cas propi com en altres aplicacions futures que s'hi trobaran.

11. Projecció a futur

El futur més pròxim és la implementació real del disseny de les dues plataformes creades. En ser un fet que depèn directament del client, s'ha deixat pendent. Tot i que l'objectiu a curt termini és actualitzat almenys el lloc web.

Al respecte de l'aplicació mòbil, un cop dins del mercat, hi ha la idea de agrupar diferents empreses, ja siguin més immobiliàries (de la mateixa zona geografia o no) per ampliar les opcions disponibles cap a l'usuari. Si el volum augmenta en excés, s'afegiran filtres per reduir els resultats puntuals de les cerques i oferir a l'usuari habitatges amb les necessitats puntuals i individualitzades.

De igual forma, es podran seleccionar les empreses de manera independent per mostrar els resultats globals o concrets.

Una altre possible opció seria incorporar informació d'empreses col·laboradores dins del mateix mercat: lloguer vehicles per mudances, assessorament jurídic, compra d'electrodomèstics i material per habitatge, constructores amb plans futur, etc. Creant una cooperació conjunta amb l'objectiu d'obtenir un benefici comú, donant major visibilitat i facilitant qualsevol tasca a l'usuari i client final.

12. Pressupost

Per calcular el pressupost global, s'ha establert una jornada de 6h per dia, amb un preu de 15€/h. Com que es tracta de previsions inicials, pot disposar de variacions sempre que es comuniquin, ja sigui per part del client com nostra.

Nom	Duració	Hores de feina	€/ hora	Cost
Definició i estructura del projecte	3 dies	18	15	270
Redisseny logotip	9 dies	54	15	810
Estat actual	2 dies	12	15	180
Creació esbossos	4 dies	24	15	360
Presentació opcions al client	1 dia	6	15	90
Finalitzar imatge escollida	2 dies	12	15	180
Creació lloc web	19 dies	114	15	1710
Estat actual	2 dies	12	15	180
Reunió amb client	1 dia	6	15	90
Disseny estructura	1 dia	6	15	90
Disseny prototip interfície	3 dies	18	15	270
Presentació prototip visual	1 dia	6	15	90
Disseny interfície	8 dies	48	15	720
Reunió amb client	1 dia	6	15	90
Modificacions	2 dies	12	15	180
Creació aplicació mòbil	23 dies	132	15	1980
Disseny estructura	2 dies	12	15	180
Disseny prototip interfície	3 dies	18	15	270
Reunió amb client	1 dia	6	15	90
Modificacions	2 dies	12	15	180
Disseny interfície	9 dies	54	15	810
Test	2 dies	12	15	180
Reunió amb client	1 dia	6	15	90
Modificacions	2 dies	12	15	180
TOTAL				4770

13. Conclusions

En termes generals, s'han assolit els objectius inicials del projecte. L'estudi inicial per realitzar una planificació correcta, ha esdevingut vital per arribar a les fites importants majoritàriament dins del termini. Igualment, com que sempre hi ha alguns factors externs que no s'han tingut en compte, s'han ocasionat pics de feina més elevats per recuperar la planificació original.

Un altre factor difícil d'executar correctament ha estat les trobades amb el client final. En tractar-se d'una empresa real, no sempre ha estat possible quadrar les reunions dins del marc inicial. Tot i que a vegades la comunicació via correu electrònic ha permès no eternitzar la comunicació.

Un cop finalitzats els tres blocs principals de l'estructuració del projecte, podem concloure:

- El redisseny de la imatge d'empresa i la creació d'un manual d'identitat gràfica han estat raonablement satisfactoris per a les dues parts, arribant a un enteniment conjunt segons les premisses i la idea del client, valorant en tot moment la seva idea restablerta de mantenir certs requisits. Aquesta planificació ha estat força correcta, tant en durada com en procediments.
- El redisseny del lloc web ha possibilitat una major llibertat de creació per part del client. Tenint en compte el lloc web actual, únicament durant les presentacions prèvies per fer petites modificacions gracies a tindre punts de vista diferents, que potser en tindre més coneixements, costa més de veure envers un usuari de perfil baix. Per aquesta raó, la col·laboració de les quatre persones que pertanyem a diferents grups, tant socials com d'edat, ha esdevingut molt positiva.
- L'aplicació per dispositius ha intentat mantenir una certa cohesió visual amb el lloc web en tractar-se de la primera empresa únicament. De la mateixa forma que en el bloc anterior, les millores s'han produït en posar en comú diferents opinions i necessitats d'ús. L'estudi del mercat actual i la competència ha permès localitzar els punts indispensables dins del sector.

En termes generals, considero que s'han assolit coneixements d'una gran varietat de competències al llarg del grau, que en conjunt possibiliten arribar a uns bons resultats, ja sigui emfatitzant la creativitat, el disseny, l'ús de programari, etc.

Annex I. Lliurables del projecte

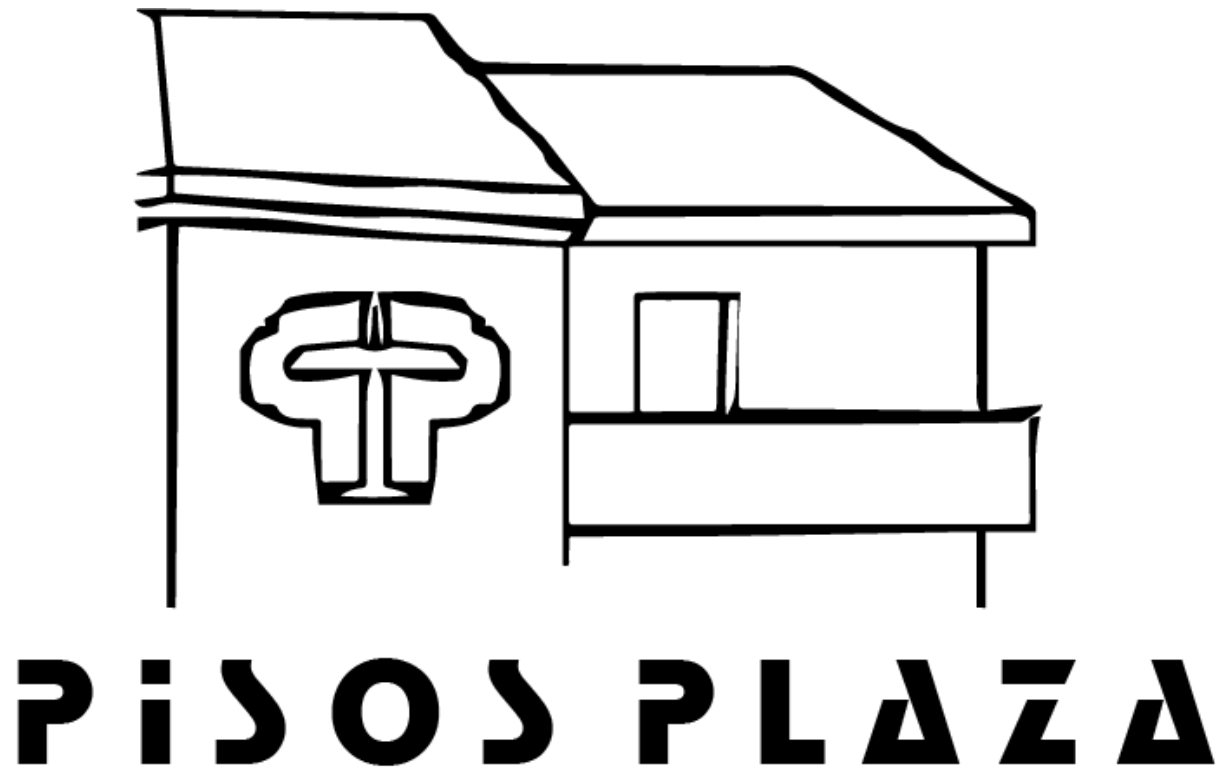
Llista de fitxers lliurats i la seva descripció.

Arxiu	Descripció
PAC_FINAL_PlazaDominguez_Emilio.zip	Arxiu .ZIP que conté tots els arxius emprats per realitzar aquest projecte
Ebossos_PlazaDominguez_Emilio	Carpeta amb els exemples inicials
Marca Visual_PlazaDominguez_Emilio	Carpeta amb l'imagotip, icona i imatges del manual corporatiu
Dissenys i programari_PlazaDominguez_Emilio	Carpeta amb els arxius visuals dels diferents prototips. S'inclou enllaç del programari.
Planificació_PlazaDominguez_Emilio.mpp	Document en Microsoft Project on es mostren les diferents tasques així com la seva distribució durant la realització del projecte
Diagrama_de_Gantt_PlazaDomínguez_Emilio.pdf	Document en PDF de l'organització amb les tasques i el calendari
Pressupost_PlazaDominguez_Emilio.xlsx	Document en Microsoft Excel on es mostres el preus de les diferents tasques
Manual_corporatiu_PlazaDomínguez_Emilio.pdf	Document en PDF amb el manual de la nova imatge de l'empresa
PAC_FINAL_vid_PlazaDominguez_Emilio.prproj	Document d'Adobe Premiere per l'edició del vídeo
PAC_FINAL_autoinf_PlazaDominguez_Emilio.pdf	Document en PDF amb l'autoinforme
PAC_FINAL_prs_PlazaDominguez_Emilio.pptx	Document de la presentació visual
PAC_FINAL_vid_PlazaDominguez_Emilio.mp4	Vídeo de presentació-defensa
PAC_FINAL_mem_PlazaDominguez_Emilio.pdf	Document en PDF amb la memòria del projecte

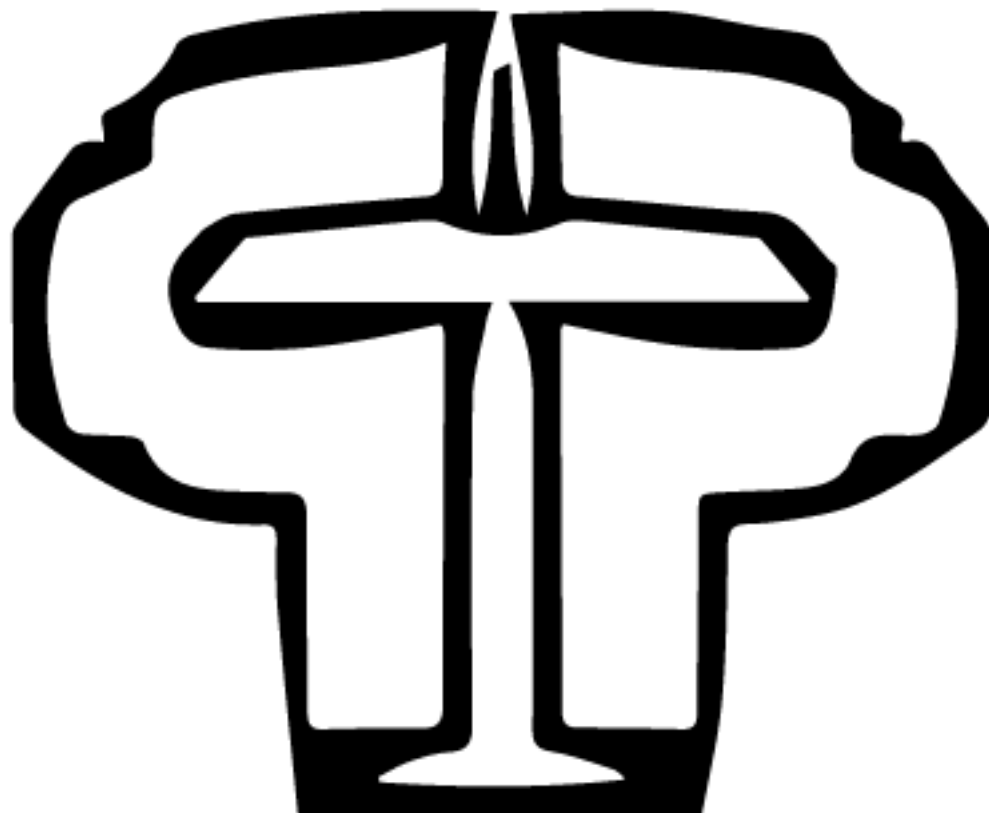
Annex II. Imatges

Representació de les imatges del projecte, diferenciades segons tipus de bloc al que pertanyen.

Marca corporativa



Imatge Imagotip



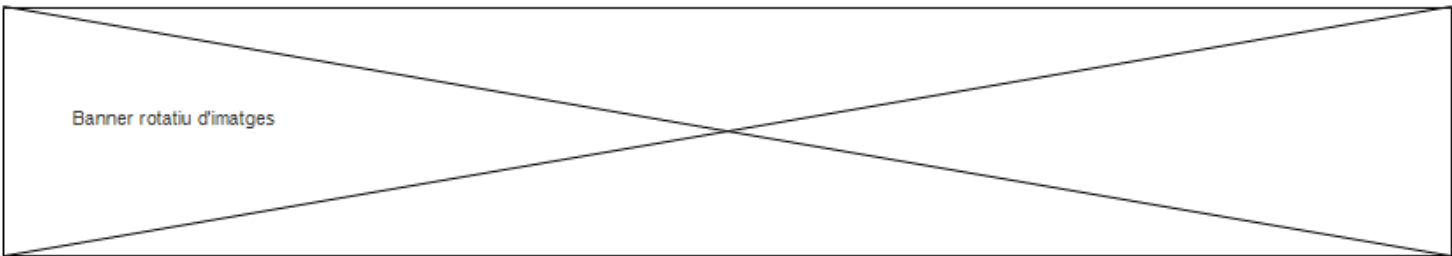
Imatge Icono per dispositius

Lloc Web

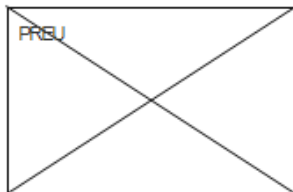
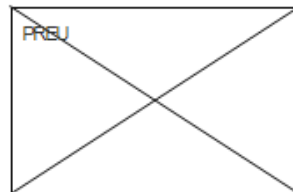
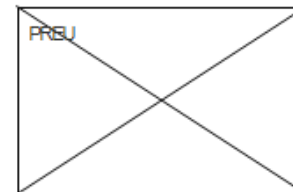
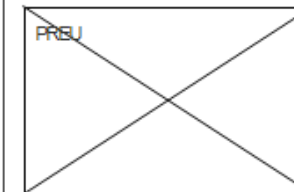














Idioma  

- IMMOBLES
- EMPRESA
- OFICINA
- CONTACTE



NOUS IMMOBLES DISPONIBLES

 <p>PREU</p>	 <p>PREU</p>	 <p>PREU</p>	 <p>PREU</p>
CARRER, POBLACIÓ	CARRER, POBLACIÓ	CARRER, POBLACIÓ	CARRER, POBLACIÓ
 120 m ²	 120 m ²	 120 m ²	 120 m ²
 3	 3	 3	 3
 2	 2	 2	 2

SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTE

- FORMULARI
- OFICINA
- L'EMPRESA

ENLLAÇOS DE SUPORT

- ÚLTIMS IMMOBLES
- ANUNCIS DESTACATS
- CERCA D'IMMOBLES



Política de privacitat
Termes d'ús



Idioma  

[IMMOBLES](#)

[EMPRESA](#)

[OFICINA](#)

[CONTACTE](#)

Recerca

TIPIUS




LOCALITAT

ORDRE

[|<](#) [1](#) [>|](#)




PREU

CARRER, POBLACIÓ

 120 m²  3  2

PREU

CARRER, POBLACIÓ

 120 m²  3  2

PREU

CARRER, POBLACIÓ

 120 m²  3  2

PREU

CARRER, POBLACIÓ

 120 m²  3  2

PREU

PREU

PREU

PREU

SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTE

[FORMULARI](#)
[OFICINA](#)
[L'EMPRESA](#)

ENLLAÇOS DE SUPORT

[ÚLTIMS IMMOBLES](#)
[ANUNCIS DESTACATS](#)
[CERCA D'IMMOBLE!](#)



[Política de privacitat](#)
[Termes d'ús](#)



Idioma  

[IMMOBLES](#)

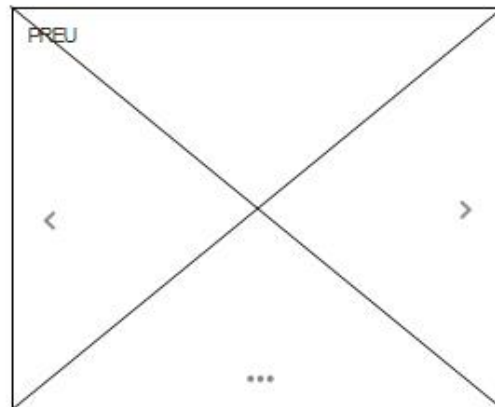
[EMPRESA](#)

[OFICINA](#)

[CONTACTE](#)

CARRER, POBLACIÓ

 120 m² |  3 |  2



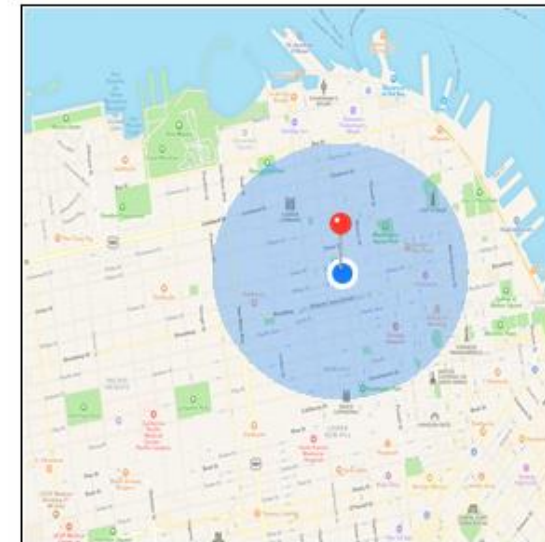
CARACTERÍSTIQUES

SUPERFICIE

HABITACIONS

BANYS

EXTRES



[TORNAR LLISTAT](#)

SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTE

[FORMULARI](#)

[OFICINA](#)

[L'EMPRESA](#)

ENLLAÇOS DE SUPORT

[ÚLTIMS IMMOBLES](#)

[ANUNCIS DESTACATS](#)

[CERCA D'IMMOBLE:](#)



[Política de privacitat](#)
[Termes d'ús](#)



Idioma  

IMMOBLES

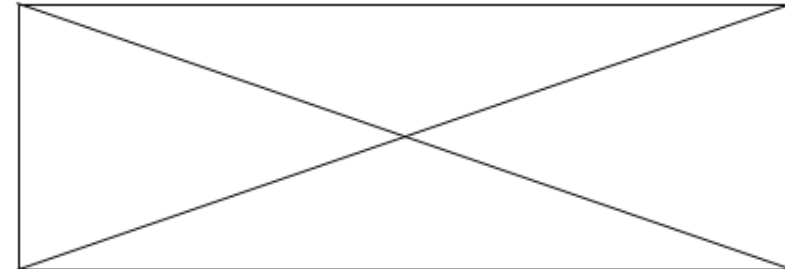
EMPRESA

OFICINA

CONTACTE

Empresa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc,

SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTE

FORMULARI

OFICINA

L'EMPRESA

ENLLAÇOS DE SUPORT

ÚLTIMS IMMOBLES

ANUNCIS DESTACATS

CERCA D'IMMOBLE!



Política de privacitat
Termes d'ús



Idioma  

IMMOBLES

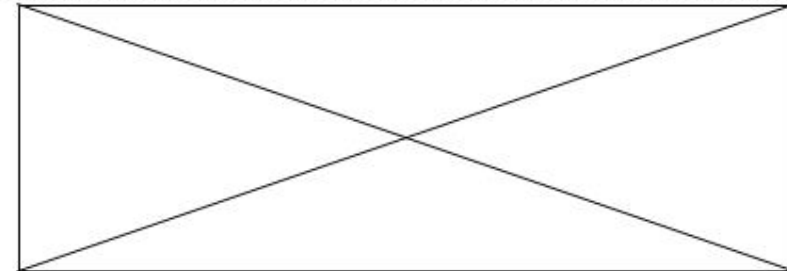
EMPRESA

OFICINA

CONTACTE

OFICINA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus.



SOCIAL



INFORMACI3 CONTACTE

FORMULARI
OFICINA
L'EMPRESA

ENLLAÇOS DE SUPORT

ÚLTIMS IMMOBLES
ANUNCIS DESTACATS
CERCA D'IMMOBLE!



Política de privacitat
Termes d'ús



Idioma  


[IMMOBLES](#)


[EMPRESA](#)


[OFICINA](#)


[CONTACTE](#)


Contacte




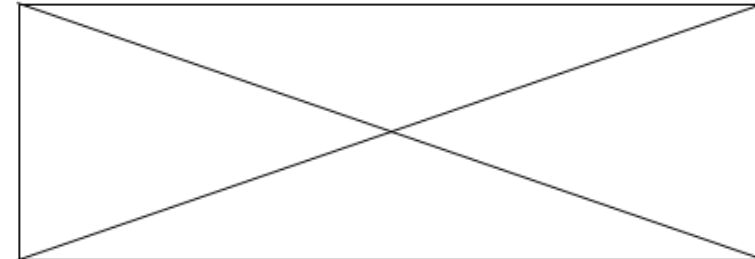












SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTE

[FORMULARI](#)
[OFICINA](#)
[L'EMPRESA](#)

ENLLAÇOS DE SUPORT

[ÚLTIMS IMMOBLES](#)
[ANUNCIS DESTACATS](#)
[CERCA D'IMMOBLES](#)



[Política de privacitat](#)
[Termes d'ús](#)



Idioma 

IMMOBLES





EMPRESA

OFICINA

CONTACTE



NOUS IMMOBLES DISPONIBLES

<p>195.000€</p>  <p>Calella de Palafrugell</p> <p>100 m² 2 2</p>	<p>110.000€</p>  <p>Horta, Barcelona</p> <p>51 m² 3 1</p>	<p>198.000€</p>  <p>Torre Bar3, Barcelona</p> <p>120 m² 4 2</p>	<p>550.000€</p>  <p>Premià</p> <p>300 m² 5 3</p>
---	---	--	---

SOCIAL



INFORMACI3 CONTACTE

- FORMULARI
- OFICINA
- L'EMPRESA

ENLLAÇOS DE SUPORT

- ÚLTIMS IMMOBLES
- ANUNCIS DESTACATS
- CERCA D'IMMOBLE!



Política de privacitat
Termes d'ús



Idioma 

IMMOBLES

EMPRESA

OFICINA

CONTACTE

Recerca

TIPUS

LOCALITAT

ORDRE

« < 1 > »



195.000€

Calella de Palafrugell

 100 m²  2  2



110.000€

Horta, Barcelona

 51 m²  3  1



198.000€

Torre Baró, Barcelona

 120 m²  4  2



550.000€

Premià

 300 m²  5  3



210.000€



398.000€



875.000€





249.000€

SOCIAL






INFORMACIÓ CONTACTI


FORMULARI

OFICINA

L'EMPRESA

ENLLAÇOS DE SUPORT


ÚLTIMS IMMOBLES

ANUNCIS DESTACATS

CERCA D'IMMOBLE:



Política de privacitat
Termes d'ús



Idioma  

IMMOBLES

EMPRESA

OFICINA

CONTACTE

PREMIÀ

 300 m²  5  3



550.000€

- OBRA VISTA.
- DUES PLANTES MES SOLARIUM.
- PISCINA PRIVADA.
- JARDÍ AMB BARBACOA.
- MENJADOR AMB LLAR DE FOC.
- CUINA OFFICE.
- HIDROMASSATGE.
- CALEFACCI3.
- AIRE CONDICIONAT.
- FINESTRES D'ALUMINI.
- PORTES DE FAIG



 TORNAR LLISTAT

SOCIAL



INFORMACI3 CONTACTE



FORMULARI



OFICINA



L'EMPRESA

ENLLAÇOS DE SUPORT



ÚLTIMS IMMOBLES



ANUNCIS DESTACATS



CERCA D'IMMOBLES



Política de privacitat
Termes d'ús



Idioma 

IMMOBLES

EMPRESA

OFICINA

CONTACTE

Empresa

PISOS PLAZA, S.L., empresa de caracter familiar dedicada a la Administració de Finques i a la Gestió Immobiliària.

Pisos Plaza, S.L. inicia la seva activitat l'any 1993 i d'ençà ha estat present al mercat immobiliari, centrant la seva activitat en l'assessorament, consultoria i intermediació a la compra, venda i lloguer d'immobles, tant d'obra nova com de segona mà: vivendes, locals, naus industrials, hotels, oficines, solars, etc.

A més a més, ofereix servei de Reformes i Rehabilitació d'Immobles, Administració de Finques i de Lloguers, gestió de tot tipus d'Assegurances: vivenda, local, vehicle, de vida, sanitaris, etc. Servei d'Arquitectes, tràmit de Cèdules d'Habitabilitat i Certificats Energètics, Serveis Jurídics i Tràmits d'Herències.

Encara que ubicats a Barcelona i arrelats a la zona d'Horta, realitzem gestions de diferent índole a qualsevol punt de la geografia espanyola.

Pisos Plaza, S.L. li ofereix un tracte particularitzat i una gestió integral dels seus immobles.

AICAT: 4692


API: A10102



SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTI


FORMULARI

OFICINA

L'EMPRESA

ENLLAÇOS DE SUPORT


ÚLTIMS IMMOBLES

ANUNCIS DESTACATS

CERCA D'IMMOBLE!


PISOS PLAZA
Política de privacitat
Termes d'ús



Idioma  

IMMOBLES

EMPRESA

OFICINA

CONTACTE

OFICINA

PISOS PLAZA, S.L.



Baixada de la Plana, 45 - metro d'Horta
08032 - Barcelona (Barcelona)
Tel: 934070709
Fax: 933582251
Correu-e: pisos_plaza@pisosplaza.com






SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTE


[FORMULARI](#)

[OFICINA](#)

[L'EMPRESA](#)

ENLLAÇOS DE SUPORT


[ULTIMS IMMOBLES](#)

[ANUNCIS DESTACATS](#)

[CERCA D'IMMOBLE](#)



[Política de privacitat](#)
[Termes d'ús](#)



Idioma 

[IMMOBLES](#)

[EMPRESA](#)

[OFICINA](#)

[CONTACTE](#)

Contacte

Nom

Empresa

E-mail

Telèfon

Consulta



SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTI

[FORMULARI](#)

[OFICINA](#)

[L'EMPRESA](#)

ENLLAÇOS DE SUPORT

[ÚLTIMS IMMOBLES](#)

[ANUNCIS DESTACATS](#)

[CERCA D'IMMOBLE](#)


[Política de privacitat](#)
[Termes d'ús](#)



Idioma 

IMMOBLES

EMPRESA

OFICINA

CONTACTE

Recerca

TIPUS

LOCALITAT

ORDRE

« < 1 > »

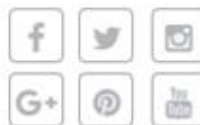


Horta, Barcelona
51 m² 3 1





Torre Baró, Barcelona
120 m² 4 2


SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTE


FORMULARI
OFICINA

L'EMPRESA

ENLLAÇOS DE SUPORT


ÚLTIMS IMMOBLES
ANUNCIS DESTACATS

CERCA D'IMMOBLE



Política de privacitat
Termes d'ús



Idioma

IMMOBLES

EMPRESA

OFICINA

CONTACTE

Recerca

TIPUS

LOCALITAT

ORDRE

« < 1 > »



195.000€

Calella de Palafrugell

100 m²

2

2



110.000€

Horta, Barcelona

51 m²

3

1



198.000€

Torre Baró, Barcelona

120 m²

4

2



550.000€

Premià

300 m²

5

3



210.000€



398.000€

SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTI



FORMULARI



OFICINA



L'EMPRESA

ENLLAÇOS DE SUPORT



ÚLTIMS IMMOBLES



ANUNCIS DESTACATS



CERCA D'IMMOBLES



Política de privacitat
Termes d'ús



Idioma

IMMOBLES

EMPRESA

OFICINA

CONTACTE

Recerca

TIPUS

LOCALITAT

ORDRE

« < 1 > »



110.000€

Horta, Barcelona

51 m² 3 1



198.000€

Torre Baró, Barcelona

120 m² 4 2



550.000€

Premià

300 m² 5 3

SOCIAL



INFORMACIÓ CONTACTI

FORMULARI
 OFICINA
 L'EMPRESA

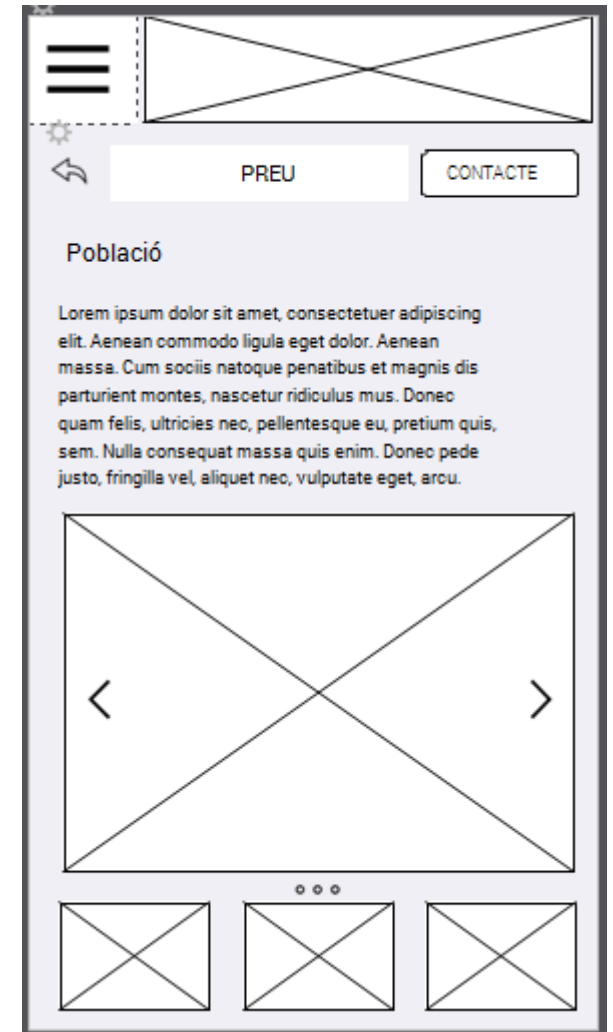
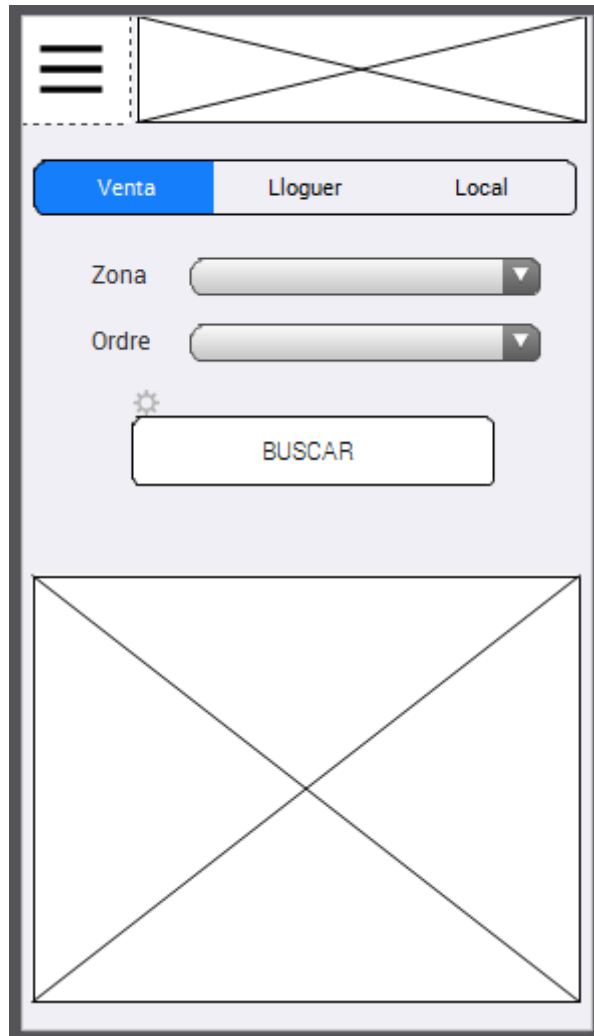
ENLLAÇOS DE SUPORT

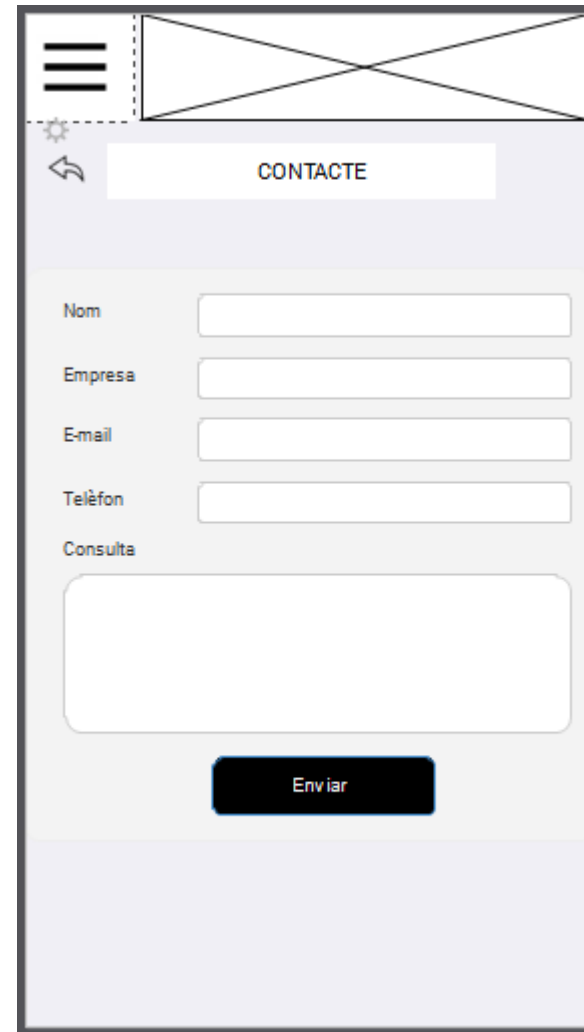
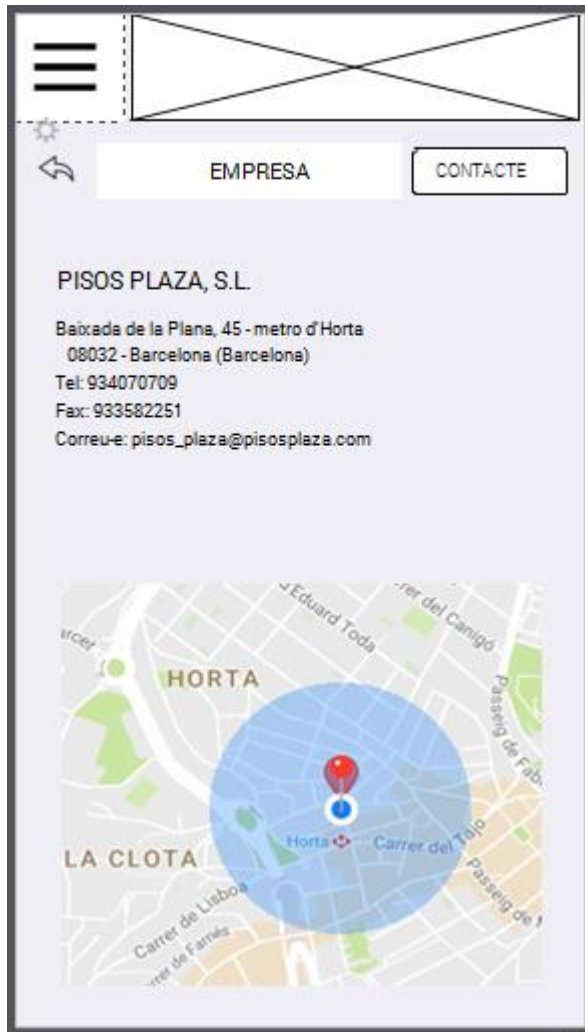
ÚLTIMS IMMOBLES
 ANUNCIS DESTACATS
 CERCA D'IMMOBLES

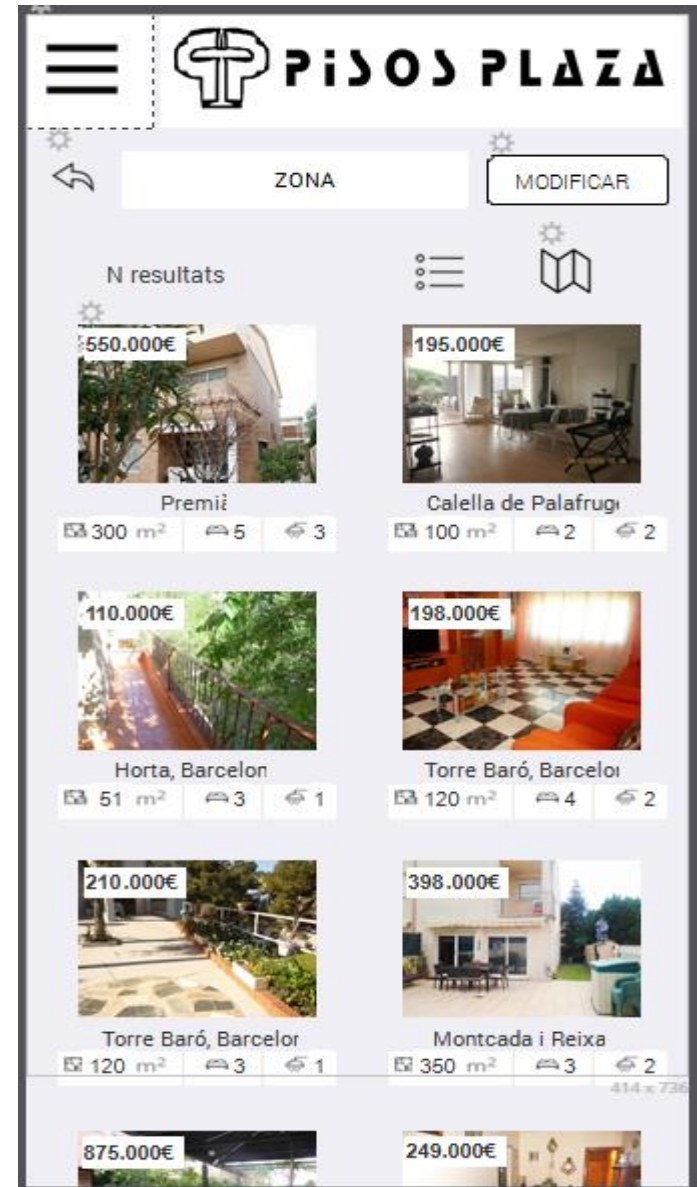


Política de privacitat
Termes d'ús

Aplicació dispositius







PISOS PLAZA

550.000 € **CONTACTE**

PREMIÀ

300 m² 5 3

- OBRA VISTA.
- PISCINA PRIVADA.
- MENJADOR.
- CUINA OFFICE.
- CALEFACCIÓ.
- FINESTRES D'ALUMINI.
- DUES PLANTES MES SOLARIUM.
- JARDÍ AMB BARBACOA.
- LLAR DE FOC.
- HIDROMASSATGE.
- AIRE CONDICIONAT.
- PORTES DE FAIG.

◻ ◻ ◻

PISOS PLAZA

CONTACTE

Anunci X : **PREMIÀ**

300 m² 5 3 550.000 €

Nom

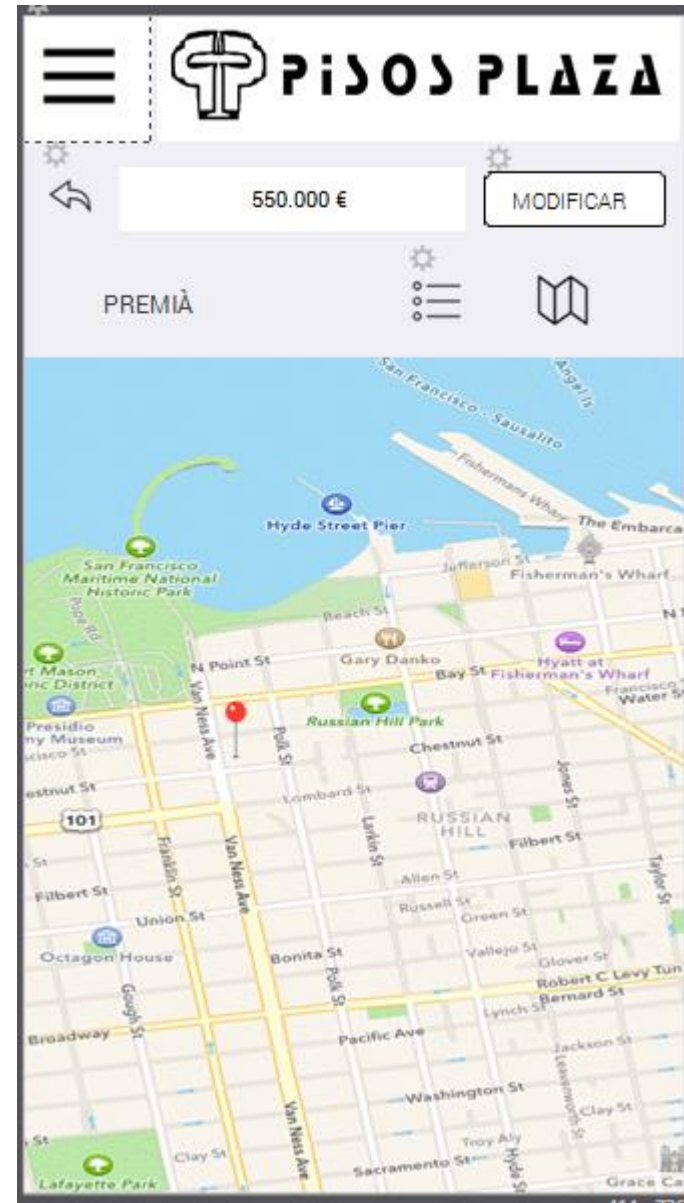
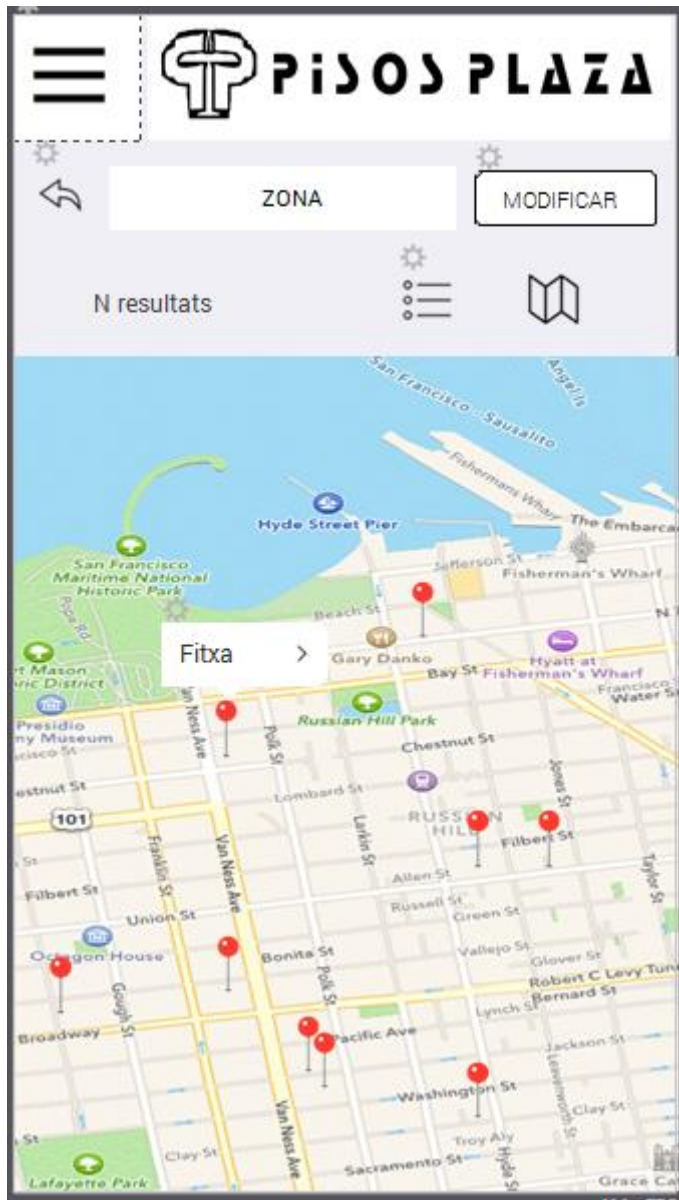
Empresa



E-mail

Telèfon

Consulta

Enviar








PISOS PLAZA

EMPRESA CONTACTE

PISOS PLAZA, S.L.

Baixada de la Plana, 45 - metro d'Horta
08032 - Barcelona (Barcelona)
Tel: 934070709
Fax: 933582251
Correu-e: pisos_plaza@pisosplaza.com





PISOS PLAZA

CONTACTE

Nom

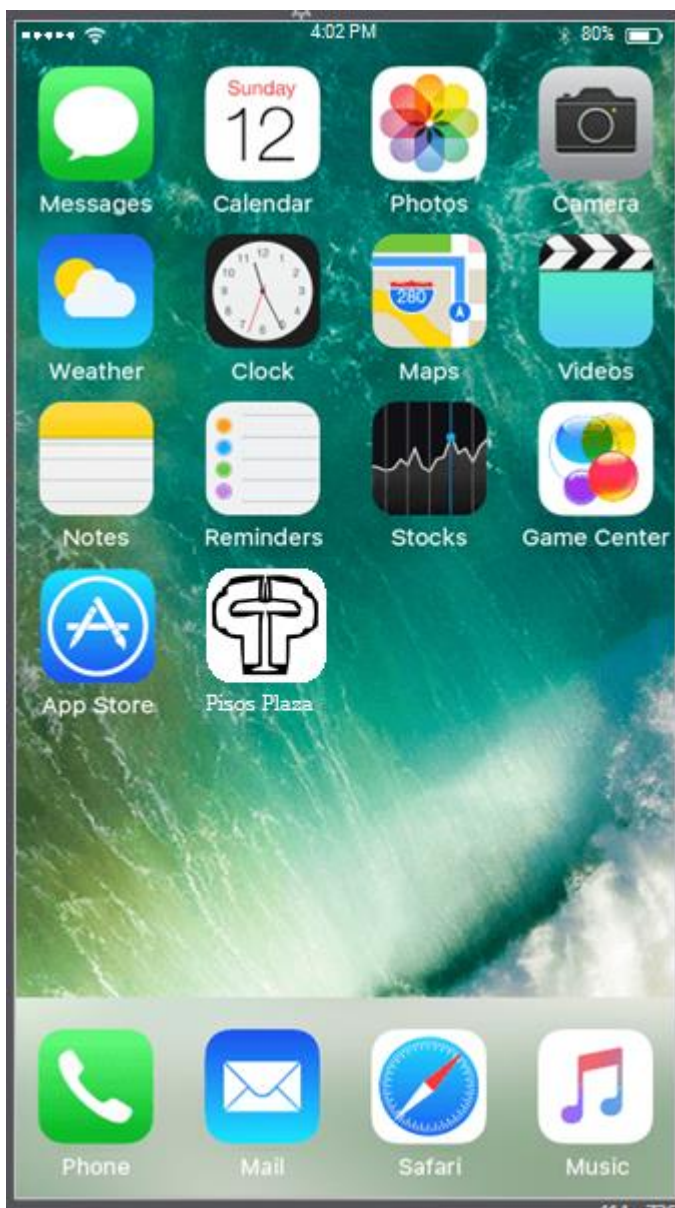
Empresa

E-mail

Telèfon

Consulta

Enviar



Annex III. Bibliografia

Mitjans Interactius (2014). Mòduls. UOC

Disseny d'interfícies multimèdia (2013). Mòduls. UOC

Imatge i llenguatge visual (2014). Mòduls. UOC

Arquitectura de la informació (2012). Mòduls. UOC

Creativitat i estètica (2014). Mòduls. UOC

Gestió de projectes (2015). Mòduls. UOC

Ferran Adell (2014). "5 Timeless Usability Principles for Website Designers"

Ferran Adell (2014). "Fonaments del Disseny Gràfic"

basekit (2013). "Los errores más comunes realizados en el diseño web"

<http://www.basekit.es/los-errores-mas-comunes-realizados-en-el-diseno-web>

Sin determinar (2013). "Definición de Web 2.0 y su evolución hacia Web 3.0"

<http://comenzandodecero.com/definicion-de-web-2-0/#>

Elisabet Parera (2014). "Metodología de trabajo: cómo organizar tareas y proyectos en 4 pasos"

<https://www.workana.com/blog/definir-metodologia-trabajo/>

Annex IV. Vita

El meu nom és Emilio Plaza Domínguez i vaig començar el grau de Multimèdia el 2011. Un cop acabats els dos graus informàtics de cicle superior (DAI i ASI en el seu moment), vaig decidir continuar l'aprenentatge al mateix temps que treballava. Per aquesta raó vaig escollir la UOC atret per la possibilitat de compaginar ambdues opcions.

Un altre factor determinant per escollir aquest grau va ser el reconeixement d'assignatures gràcies als cicles de la mateixa branca i algunes assignatures prèvies de l'enginyeria tècnica de sistemes. La suma en va permetre reconèixer més de 60 crèdits, fet que reduïa considerablement la previsió final per enllestir el grau.

Inicialment cursava 3 assignatures per semestre, però quan vaig augmentar a fer jornada laboral completa, en va ser impossible mantenir aquest mateix ritme de treball i estudi, deixant a mitges algunes assignatures per falta de temps. Per aquest motiu, el nombre de matriculacions s'ha reduït en els últims semestres.

Fora de l'àmbit acadèmic, em considero una persona racional, ordenada i sobretot puntual, tret característic que valoro en la resta.

Com a hobbies principals tinc la majoria d'esports: futbol, bàsquet, handbol, tennis, natació i el motor en les diferents disciplines. Viure a prop de Barcelona em permet gaudir de les aficions en els diferents recintes: Camp Nou, Palau Blaugrana, Palau Sant Jordi i el Circuit de Montmeló.

Un altre seria viatjar, ja que és una manera d'enriquiment i en certa manera, valorar el que tens a prop de casa. M'he habituat a combinar les dues en els últims anys, ja sigui per veure futbol a Londres, Madrid o València, com veure motor a Alcañiz o LeMans.

Finalment, em considero motorista, fet que millora els viatges gaudint tant del destí com del camí recorregut.

