

DISSENY I DESENVOLUPAMENT D'UNA APLICACIÓ MÒBIL PER A FOMENTAR EL DESCUBRIMENT DELS DRACS DE BARCELONA

Memoria de projecte final de Màster
Màster Universitari en Aplicacions Multimedia
Ciències Socials i Jurídiques / Arquitectura i Informàtica



Alumne: Mónica Castillo Obón

Consultor: Sergio Schvarstein Liuboschetz
Professor: Laura Porta Simó

Data d'entrega: 6 de Gener de 2019

CRÈDITS/COPYRIGHT



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-NoComercial-CompartirIgual

FITXA DEL TREBALL FINAL

Títol del treball:	Disseny i desenvolupament d'una aplicació mòbil per a fomentar el descobriment dels dracs de Barcelona
Nom de l'autor:	Mónica Castillo Obón
Nom del consultor/a:	Sergio Schvarstein Liuboschetz
Nom del PRA:	Laura Porta Simó
Data de lliurament (mm/aaaa):	03 / 01 / 2019
Titulació o programa:	Màster Universitari en Aplicacions Multimèdia
Àrea del Treball Final:	Ciències Socials i Jurídiques / Arquitectura i Informàtica
Idioma del treball:	Català
Paraules clau	<ul style="list-style-type: none"> ·App nativa ·Geolocalització ·Joc ·Col·leccionar ·Dracs ·Barcelona ·Cultura
Resum del Treball (màxim 250 paraules):	
<p>Existeix una curiositat a la ciutat de Barcelona, els més de 1000 dracs amagats per cada un dels racons de la ciutat i que tenen moltes coses que explicar. Es tracta d'un fet que s'ha explotat per un sector no molt estès i per lo tant, falta que la gent s'assabenti d'aquest misteri cultural de la ciutat.</p> <p>Després d'una investigació a través de l'estudi de la conceptualització, targete, enquestes i estudi del mercat per veure les aplicacions del sector que es mouen actualment, s'ha pogut arribar a esmentar funcionalitats per a una aplicació en format de joc i, al tractar-se de la cerca de dracs situats en diferents punts localitzats, el millor era utilitzar geolocalització com a funcionalitat primària. Fet important per guiar a l'usuari i oferir una jugabilitat segons la seva situació.</p> <p>En tractar-se d'un joc, ha estat important pensar en funcionalitats com reptes, rutes, pistes i la idea de col·leccionar dracs, tot aconseguint punts i recompenses per ells. Una manera de motivar a què el públic, tant autòcton com turístic, puguin descobrir tots aquests secrets de manera divertida i fomentar la cultura a Barcelona.</p>	
Abstract (in English, 250 words or less):	
<p><i>There is a curious thing in the city of Barcelona, the more than 1000 dragons hidden at each city's corner who have many things to explain. This is a fact that has been exploited by a sector that is not very extensive and, therefore, it is necessary that people get into this cultural mystery of the city.</i></p> <p><i>After a research through the study of conceptualization, targeting, surveys and market research to see the applications of the sector that are currently moving, we have been able to mention functionalities for an application in game format and As it was the search for dragons located in different locations, it was best to use geolocation as a primary functionality. Made important to guide the user and to offer a gameplay according to his situation.</i></p> <p><i>As it is a game, it's important to think of features such as challenges, routes, tracks and the idea of collecting dragons, getting points and rewards from them. One way to motivate the public, both autochthonous and tourist, to discover all these secrets in a fun way and foster culture in Barcelona.</i></p>	

DEDICATÒRIA/CITA

***Hay cosas que
sólo pueden verse
entre tinieblas.***

“La sombra del viento” (2001) Carlos Ruiz Zafón

AGRAÏMENTS

Moltes gràcies a la meva parella, Diego, per haver-me aguantat tots els embolics que m'he fet amb la idea, per haver acceptat matinar un diumenge per gravar el vídeo publicitari i per estar al meu costat en general durant tots els anys cursats a la UOC.

Mil gràcies a Josep Martínez, autor de Drakcelona i amant dels dracs. Vaig tenir el plaer de quedar amb ell per poder parlar sobre el meu projecte donant-me molts consells, inspiració i sobretot, motivació per continuar endavant.

Gràcies als meus companys de feina, també per donar-me bones idees i per aguantar els meus discursos sobre el projecte.

Un fort agraïment a tota la gent que m'ha donat suport en la realització del projecte.

Gràcies!

ABSTRACT

Existeix una curiositat a la ciutat de Barcelona, els més de 1000 dracs amagats per cada un dels racons de la ciutat i que tenen moltes coses que explicar. Es tracta d'un fet que s'ha explotat per un sector no molt estès i per lo tant, falta que la gent s'assabenti d'aquest misteri cultural de la ciutat.

Després d'una investigació a través de l'estudi de la conceptualització, targete, enquestes i estudi del mercat per veure les aplicacions del sector que es mouen actualment, s'ha pogut arribar a esmentar funcionalitats per a una aplicació en format de joc i, al tractar-se de la cerca de dracs situats en diferents punts localitzats, el millor era utilitzar geolocalització com a funcionalitat primària. Fet important per guiar a l'usuari i oferir una jugabilitat segons la seva situació.

En tractar-se d'un joc, ha estat important pensar en funcionalitats com reptes, rutes, pistes i la idea de col·leccionar dracs, tot aconseguint punts i recompenses per ells. Una manera de motivar a què el públic, tant autòcton com turístic, puguin descobrir tots aquests secrets de manera divertida i fomentar la cultura a Barcelona.

There is a curious thing in the city of Barcelona, the more than 1000 dragons hidden at each city's corner who have many things to explain. This is a fact that has been exploited by a sector that is not very extensive and, therefore, it is necessary that people get into this cultural mystery of the city.

After a research through the study of conceptualization, targeting, surveys and market research to see the applications of the sector that are currently moving, we have been able to mention functionalities for an application in game format and As it was the search for dragons located in different locations, it was best to use geolocation as a primary functionality. Made important to guide the user and to offer a gameplay according to his situation.

As it is a game, it's important to think of features such as challenges, routes, tracks and the idea of collecting dragons, getting points and rewards from them. One way to motivate the public, both autochthonous and tourist, to discover all these secrets in a fun way and foster culture in Barcelona.

PARAULES CLAU

- App nativa
- Geolocalització
- Joc
- Col·leccionar
- Dracs
- Barcelona
- Cultura

NOTACIONS I CONVENCIONS

Text en català: Open Sans Regular

Text en anglès: *Open Sans Itàlica*

Text ressaltat: **Open Sans negreta**

INDEX

Capitol 1: Introducció	9
1. Introducció / Prefaci	10
2. Descripció / Definició	11
3. Objectius Generals	13
4. Metodologia i procés de treball	14
5. Planificació	15
6. Pressupost	16
7. Estructura de la resta del document	17
Capitol 2: Anàlisi	18
1. Estat de l'art	19
2. Anàlisi del mercat	25
2.1 Conceptualització	25
2.1 Estratègia de marketing	27
2.3 Anàlisi DAFO	28
3. Públic objectiu i perfils d'usuari	29
3.1 Perfils d'exemple	30
3.2 Escenaris	33
4. Definició d'objectius / especificacions del producte	34
4.1 Brainstorming	34
4.2 Decisions	35
4.3 Descripció de l'aplicació	36
Capitol 3: Disseny	37
1. Arquitectura de la informació i diagrames de navegació	38
1.1 Mapa de navegació	39
1.2 Wireframes	40
2. Imatge corporativa	44
3. Prototipatge	47
4. Vídeo publicitari	51
4.1 Story Board	51
4.2 Realització del vídeo	53
5. Publicitat MUPI	55
6. Llenguatges de programació i APIs utilitzades	56
Capitol 4: Demostració	57
1. Vídeo test	58
Capitol 5: Conclusions i línies de futur	59
1. Conclusions	60
2. Línies de futur	61
Bibliografia	62
Annexos	63
Annex 1: Enquesta	63
Annex 2: Entrevista	68
Annex 3: Acrònims	70

CAPÍTOL 1

Introducció



1.INTRODUCCIÓ/PREFACI

Ens situem a la ciutat de Barcelona, on hi habiten més de 1000 dracs amagats per cada racó com fanals, portes, balcons, entre molts altres llocs. Aquests dracs sempre m'han cridat molt l'atenció pel fet que miris on miris, sempre et pots topiar amb un d'ells per casualitat. Aquests dracs et poden explicar una història pròpia, pertanyen a la cultura de Barcelona, per aquest motiu, es tracta d'un fet que es pot i s'hauria d'explotar, ja que molta gent encara no se n'hi ha assabentat.



Barcelona, el Gòtic

2. DESCRIPCIÓ/DEFINICIÓ

Des de l'edat mitjana, els dracs han sigut molt significants a Barcelona i en l'actualitat, existeixen centenars d'exemplars per tots els racons. Es poden trobar d'emblemàtics o d'altres totalment desconeguts i amagats. Aquests es troben fets de forja, pedra o trencadís, com el mític i fotografiat drac del parc Güell. Es localitzen en portes, balcons, fatxades... [1,2]



Drac a Pedralbes a la porta del pavelló Güell

La ciutat aporta moltíssima cultura a través d'aquests animals. Passant per les novel·les de Carlos Ruiz Zafón contextualitzades a Barcelona, a més de ser la seva imatge com a firma. [3] Representa la figura de Sant Jordi i també, es troba en l'arquitectura de Gaudí, com és la Casa Batlló. Això i altres curiositats han estat el motiu d'incitar-me a la idea de realitzar aquesta proposta.

Una proposta dirigida a fomentar la cultura de Barcelona i fent que, tant la ciutadania autòctona com la turística, puguin descobrir els secrets de la ciutat dels dracs d'una manera divertida. Com a propòsit s'ha volgut realitzar la planificació i el respectiu disseny d'una aplicació mòbil nativa dirigida a l'àmbit del joc. La temàtica ha estat dedicada al les més de 1000 figures de dracs que es troben amagades per tots els racons de Barcelona, que tenen un passat i per tant una història que explicar. D'aquesta manera, l'aplicació també es vincularia a l'àmbit cultural.

La utilització d'una aplicació nativa [4] per aquesta proposta seria la manera ràpida i efectiva de poder arribar a tots els usuaris que podrien estar interessats en conèixer aquesta curiositat sobre Barcelona i que millor, que fer-ho en un format tipus joc, molt interactiu amb el qual, poder tenir la manera de col·leccionar els dracs que es trobin, classificar-los per dificultats, tenir puntuacions, col·leccionar cada un d'ells en categoria, rutes, pistes, reptes, notifikacions per proximitat...

La motivació per a la realització d'aquesta proposta ha estat un cúmul de coses. El joc del *Pokemon Go* [5] va ser una gran ajuda per agafar l'essència i plantejar alguna cosa en una altra temàtica. Vincular-ho al fet de col·leccionar algo que es troba per tota la ciutat i has d'anar trobant.

Una vegada pensada la idea, es va cercar informació descobrint així un llibre escrit el 2011 que recopila en format guia tots els dracs i que mostra com trobar-los. El títol és "Drakcelona, ciutat de dracs" de Josep Martínez. [6]

Investigant, a través d'aquí es va descobrir també una aplicació que va sortir a partir del llibre (2013), de fet vinculat a aquest, per trobar aquests dracs. Va ser llançada per Android i iOS però actualment no es troba disponible. [6]



Figura 1: Llibre Drakcelona de Josep Martínez

Per tal de mostrar un producte clar que acapari totes les idees esmentades i que defengui el projecte en qüestió, ha estat necessari preparar un prototip de l'aplicació partint d'un arbre de navegació i dels wireframes. Amb aquest prototip, hem de valorar una bona navegació, i que el disseny tingui sentit amb la marca corporativa establerta. Ha estat important també, fer un spot publicitari per tal de presentar l'aplicació i així, aportar més material que mostri l'escència de la nostra marca.

3. OBJECTIUS GENERALS

3.1 OBJECTIUS PRINCIPALS

Objectius de l'aplicació/producte/servei:

- Realitzar el disseny d'una aplicació que inviti als usuaris a descobrir els més de 1000 dracs que es troben per la ciutat de Barcelona.
- Permetre trobar tots els dracs a través d'un joc cobert per pistes, rutes i reptes. Tot a través de geolocalització i notificacions per proximitat.
- Animar als usuaris a què descobreixin la història dels dracs trobats tot col·leccionant-los i progressant en el joc fins a un final.
- Dotar a l'aplicació d'un disseny molt interactiu, atractiu i d'una ambientació sinistre i màgica per tal d'endinsar a l'espectador a gaudir de l'experiència.
- Aportar com a funcionalitat important la geolocalització juntament amb un mapa.
- Enfocar el disseny corporatiu a l'aplicació per tal que tot tingui sentit.

Objectius per al client/usuari:

- És important que el client es senti atret per les funcionalitats de l'aplicació per tal de buscar els dracs
- El joc ha de presentar els diferents jocs a partir de la geolocalització per tal d'aprofitar la situació de l'usuari.
- Aquest s'ha de sentir endinsat en un món fosc i misteriós, els dels dracs.
- La motivació del client no es pot perdre per aquest motiu ha d'haver algo que l'impulsi com és el cas d'objectius i puntuació

Objectius personals de l'autor del TF:

- Estudiar de manera clara la planificació del joc per tal que tot tingui sentit.
- Poder implementar els meus coneixements de disseny d'interfície i d'experiència d'usuari adquirits fins ara per tal de realitzar una aplicació de consistència.
- Tenir cura de la marca corporativa i el seu disseny per tal de cuidar cada detall.
- Complir amb totes les feines establertes com a producte final del projecte.

4. METODOLOGIA I PROCÉS DE TREBALL

Des d'un principi, es va pensar en el llibre de *Drakcelona* i l'aplicació que van treure. Aquesta aplicació actualment no es troba disponible per falta de manteniment segons em va explicar Josep Martínez en una entrevista 1, però vaig poder veure pantalles com a exemple. Aquesta mostrava rutes amb la ubicació exacta del drac. Quan tu clicaves sobre la ubicació, et mostrava una imatge i l'explicació d'aquest.

A partir d'aquí, vaig veure que aquesta idea es podia explotar més, i seguir amb la idea d'aplicació però més interactiva amb l'usuari, és el cas de convertir-la en un joc on hi hagi recompenses i la persona estigui geolocalitzada sempre que accepti les condicions. Així, atreure l'atenció del client i motivar a què coneguin més la ciutat de Barcelona.

A continuació, ha estat necessari fer primer de tot, un estudi de mercat, per tal de veure les aplicacions basades en la idea que tenim, i així, veure cada funcionalitat que pugui ser adient.

També s'ha realitzat un estudi de la conceptualització per tal de veure el context actual de la societat amb el món de les aplicacions i la demanda d'aquestes segons sector i les seves necessitats. Així, identificar un problema i necessitat que pot acaparar la nostra idea.

Una vegada fet aquest estudi, ens hem centrat en la cerca d'un *target* realitzant tant exemples de perfils psicossocials amb escenaris contextualitzant l'aplicació, i enquestes detallant més en les possibles funcionalitats d'aquesta. D'aquesta manera, poder continuar en la decisió final de les propietats que podrà tenir l'app.

A més, esmentar l'oportunitat que es va tenir de realitzar una entrevista a l'autor de *Drakcelona*, Josep Martínez, el qual, em va ajudar a centrar alguns punts de l'aplicació i donar motivació per continuar.

A partir d'aquest punt, amb tot l'estudi realitzat, s'ha passat al següent nivell. El disseny i creació del projecte amb el següent ordre: Mapa de navegació, *Wireframes*, Prototip, animació d'aquest amb possibles camins de navegació i per últim, la realització d'un spot publicitari amb un *Story Board* per tal de poder gravar i muntar el vídeo amb les idees clares.

5. PLANIFICACIÓ

En el meu cas, com a planificació durant tot el projecte, he realitzat aquesta taula per anar veient els dies dedicats per cada tasca, ressaltant en gris les PAC's, on a sota apareix la pròpia pac desglosada amb totes les tasques i en blau, són les tasques que s'han hagut de deixar per pròxima entrega. Amb l'estat, podia verificar si el tenia fet, a mitjjes o per fer. Per exemple, la resolució d'incidències no s'ha arribat a fer.

Nom	Durada	Inici	Final	Estat
PAC 1 Proposta	12 dies	24/09/2018	05/10/2018	Entregat
Pensar en proposta final	10 dies	24/09/2018	03/10/2018	Fet
Realització de la PAC1	2 dies	03/10/2018	05/10/2018	Fet
PAC 2: Mandat/planificació	10 dies	06/10/2018	15/10/2018	Entregat
Estat de l'art i planificació	5 dies	11/10/2018	15/10/2018	Fet
Primera entrega PAC 3	28 dies	16/10/2018	12/11/2018	Entregat
Anàlisis target	1 dia	22/10/2018 (semana anterior fora)	22/10/2018	Fet
Anàlisis dels requisits	2 dies	23/10/2018	24/10/2018	Fet
Entrevista (es deixa per la segona entrega)	5 dies	23/10/2018	28/10/2018	Fet
Enquesta	20 dies	23/10/2018	12/11/2018	Fet
Mapa conceptual	1 dia	3/11/2018 (6 dies indisposada)	3/11/2018	Fet
Wireframes	8 dies	4/11/2018	12/11/2018	Fet
Segona entrega PAC 4	28 dies	13/11/2018	10/12/2018	Entregat
Wireframes continuació	3 dies	13/11/2018	16/11/2018	Fet
Guia d'estil	1 dia	17/11/2018	17/11/2018	Fet
Imatge corporativa	1 dia	18/11/2018	18/11/2018	Fet
Disseny per cada pantalla (prototip)	15 dies	19/11/2018	3/12/2018	Fet
Animació per veure flux i interactivitat	4 dies	4/12/2018	8/12/2018	Fet
Vídeo story board	2 dies	09/12/2018	10/12/2018	Fet
Tercera entrega PAC 5	25 dies	11/12/2018	04/01/2019	Entregat
Grabar i editar vídeo	5 dies	13/12/2018	09/01/2019	Fet
Prototipatge i interactivitat	4 dies	11/12/2018	15/12/2018	Fet
Resolució d'incidències	6 dies	11/12/2018	19/12/2018	No Fet
Memoria	5 dies	31/12/2018	05/12/2018	Fet
Presentació	5 dies	31/12/2018	06/01/2019	Fet
Entrega			06/01/2019	Entregat

6. PRESSUPOST

El pressupost acapara un projecte de disseny d'una aplicació mòbil. El que s'ha realitzat ha estat un estudi de mercat, disseny de navegació, wireframes i prototip i per últim, la realització d'un vídeo publicitari.

Tenint en compte això, i contant que les hores invertides a la semana han estat unes 15 hores aproximadament, variant tant cap a dalt com cap abaix en hores, podem fer una estimació de les **hores invertides en cada tasca**:

- Estudi de mercat (estat de l'art, estudi mercat, enquesta, entrevista, target, estrategia marketing, funcionalitats): 30 hores
- Mapa de navegació: 6 hores
- Wireframes: 15 hores
- Prtototip (disseny i transicions): 40 hores
- Guia d'estils: 7 hores
- Vídeo comercia (grabar editar i story board): 12 hores

Equipament tecnic utilitzat¹:

- Càmera Nikon 5300D : 400€
- Objectiu Nikon 35mm: 200€
- Trípod: 40€
- Portatil HP:600€
- Programes (Adobe Photoshop, Illustrator i Xd pack)¹: 70€/mes
- Model per a realitzar filmacions: 200€

¹ Aquest cost es el que s'invertiria en cas de no tenir tot aquest material. En el meu cas ja hi disposava.

² Amb Adobe Creative Cloud surt a conte agafar tot el pack que programa per programa. Per separat costaria 20€/mes.

7. ESTRUCTURA DE LA RESTA DEL DOCUMENT

A continuació es mostren els següents capítols. Primer de tot l'anàlisi del projecte amb el qual s'ha fet un estudi de l'art investigant les aplicacions semblants al nostre projecte o que poden estar vinculades a altres temàtiques. També, es realitza un estudi de mercat amb per tal de veure la situació social i el comportament en aquest àmbit. Es nombren varies estratègies de marketing pensades i es fa un anàlisi DAFO per tal de valorar els pros i contras tant interns com externs de l'aplicació.

A més, s'ha realitzat una enquesta on s'explica en detall el resultat i una entrevista a Josep Martínez, autor de Drakcelona on informo sobre l'experiència.

Tot seguit, fem un estudi del target en profunditat i per últim, selecció de funcionalitats de l'aplicació gràcies a tota la investigació anterior que ens ha ajudat a guiar-nos.

Una vegada extretes les conclusions finals de tota la investigació passem al disseny.

En el disseny, es presenten primer, l'arbre de navegació amb tots els panells pensats amb les diferents connexions.

A continuació els wireframes en detall i tot seguit, els prototips extrets de les pantalles dels Wireframes. Amb aquests prototips podem veure exactament el disseny de l'aplicació amb la seva navegació.

Per a això, ha estat necessari abans fer una imatge corporativa amb els colors, les tipografies i els diferents estils escollits a més del disseny de logotip i slogan.

Ja per finalitzar, acabem amb l'explicació del vídeo promocional de l'aplicació i com a últim capítol abans de la conclusió, a explicació del vídeo test amb el qual, es mostra l'aplicació en funcionament.

CAPÍTOL 2

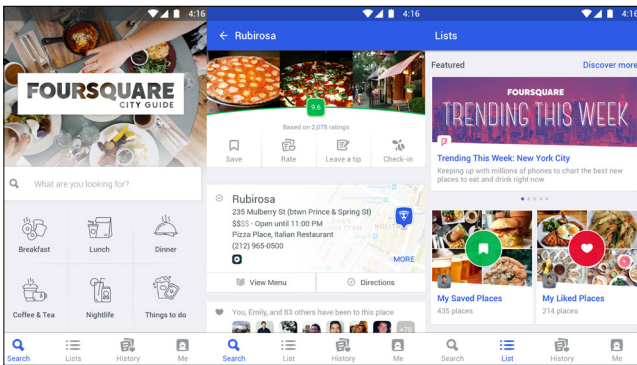
Anàlisi



1. ESTAT DE L'ART

L'aplicació realitzada es basa en la geolocalització com a funcionalitat principal. El que fa, és reconèixer la situació actual de l'usuari u objecte en temps real en un mapa gràcies a una adreça IP que es reconeix en el dispositiu mòbil de l'usuari. Aquest terme va estar aproximadament, implantat sobre el 2005 per als dispositius mòbils creant així, el naixement de Google Maps tot i que aquests no van ser els primers a utilitzar aquesta funcionalitat però van arribar a ser pioners sense dubte. [7]

La geolocalització és una funcionalitat que ens ajuda al nostre dia a dia en molts aspectes tan comercials com la interactivitat amb els altres i nosaltres mateixos, entre molts altres. Existeixen moltes aplicacions en diversos àmbits com per exemple, en l'àmbit comercial trobem a *Foursquare* amb el qual poden fer *chek-in* als establiments, i participar en promocions a través de mecanismes de reconeixement...etc.

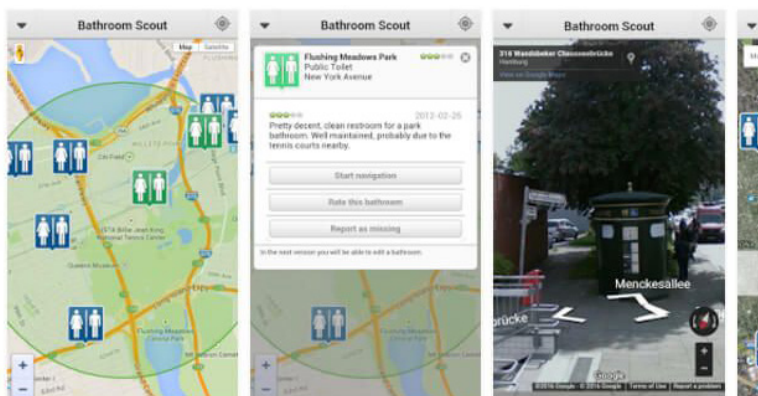


Aplicació "Foursquare"

Un altra aplicació ja anomenada és *Google Maps* o *Google Heart* la qual, en l'àmbit educatiu poden substituir perfectament els mapes convencionals.

En l'àmbit de la salut, la geolocalització no es queda pas enrere i trobem aplicacions de diversos hospitals per tal de localitzar gent malalta o usuaris que han tingut un accident i saber en temps real on es troben. [8]

També trobem aplicacions per esportistes com *Nike+Running* o *Samsung Health* per tal d'ubicar-te en una carrera i veure el recorregut realitzat contant així km, temps...etc. O fins i tot, aplicacions per ubicar banys públics a la ciutat que estiguin més a prop teu, com a concepte d'urbanisme cívic o fins i tot de salut, per persones que tinguin problemes.



Aplicació "Busca Baños"

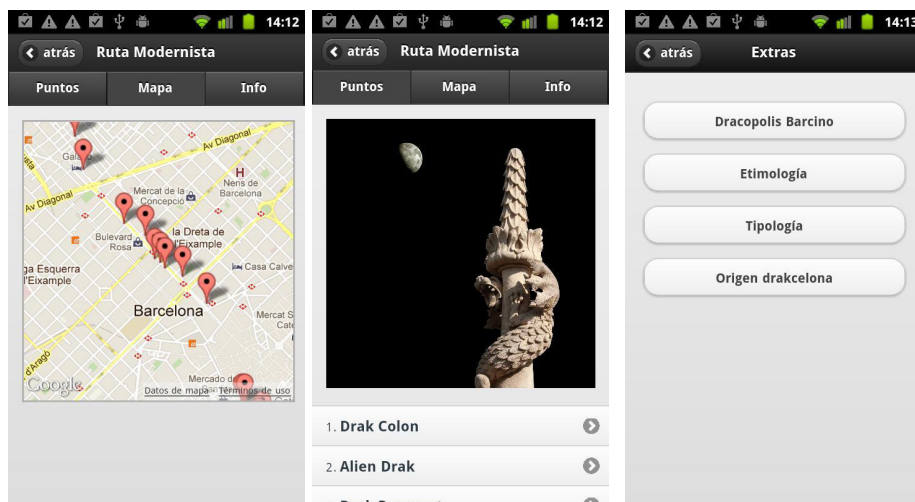
A continuació es mostraran diversos projectes que han sortit a la llum amb èxit i els quals, representen un camí semblant al del projecte que es vol abastar. Aquests van des d'aplicació semblants a "Pokemon Go", és a dir, jocs que són interactius a l'exterior, movent-se amb geolocalització, aplicacions per fomentar el turisme a la ciutat i el mateix llibre "Drakcelona" amb la consegüent app.

Drakcelona (Llibre + app)

Drakcelona (Ciudad de dragones) va ser un llibre que es va estrenar el 2011 per Josep Martínez. Aquest recopila les fotografies de més de 500 dracs amagats per tota Barcelona [9] amb la seva explicació i història secreta. Ara per ara, el fotògraf ha trobat més de 1000 dracs amagats els quals hi ha recopilat en següents edicions. Actualment trobem tres edicions i la cerca continua. [10] A conseqüència d'això, el 2013 va sortir l'aplicació (no es troba disponible ara). L'app contenia un disseny d'interfase força senzill el qual, mostrava diferents rutes que et guiaven els diferents dracs. Contenia fotografia i descripció. Simplement es tractava d'una aplicació de guia com a complement del llibre.



Primera edició Drakcelona



Aplicació Drakcelona Screenshots

Respecte a aquest projecte, ha estat el precursor de fer que els dracs siguin coneguts per Barcelona i que cada any se'n parli sobretot a l'època de Sant Jordi. Aquest cas d'estudi és el més directe del meu àmbit, ja que tracta sobre els dracs a Barcelona però tot i això, l'objectiu és enviar-lo cap a un camí diferent. Més proper a l'àmbit del videojoc i explotar la interactivitat amb l'usuari a través d'una aplicació. A continuació mostrem aplicacions d'èxit fora de tema però molt pròxims a l'estil que es vol aconseguir. [11]

Pokemon Go i jocs sorgits a partir d'aquest:

Pokemon Go es tracta d'un exitós joc per a mòbil amb més de 100 milions de descàrregues en tot el món. Un videojoc que treballa amb la realitat augmentada i que cada vegada milloren més [12].

Pokemon Go va sorgir l'any 2016 amb la col·laboració de Google Maps per tal de poder escanejar el mapa i jugar amb la ubicació real per geolocalització del nostre mòbil. Això no era cap novetat però el que va fer que esclates l'èxit va ser el simple fet de complir el somni d'una generació molt arrelada al concepte de capturar Pokemons i l'aventura de viure-ho d'una manera molt més real. [13] A més, aquest joc ha estat molt vinculat a sortir al carrer i caminar, moure't, cosa que ha estat força aclamat al trencar amb el concepte de videojoc, igual a sedentarisme. També, és un joc cooperatiu, amb el qual, grups de gent surten junts o es comuniquen per tal de compartir informació valuosa.

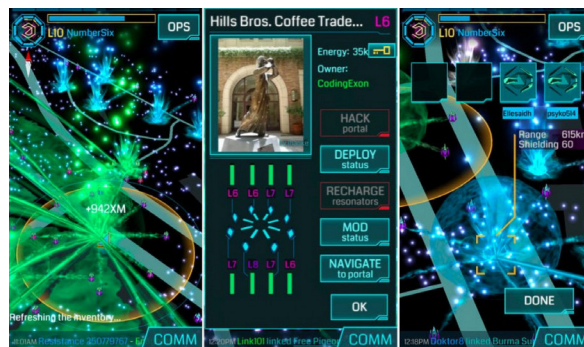
A partir d'aquí van sorgir molts altres jocs semblants a Pokemon Go com és el cas de "Jurassic World Alive" i que segueix exactament el mateix concepte però amb dinosaures.

Tenim "Harry Potter Wizards Unite. El mateix però vinculat al món de Harry Potter. Aquest encara no ha sortit però la gent sembla bastant impacient per al seu llançament. Aquest tracta de convertir-se en un gran mag trobant objectes valuosos per tot el mapa, lluitant utilitzant atacs màgics contra coneguts personatges de la saga, etc. [14] El disseny d'aquest joc segueix l'estètica tenebrosa i màgica del món de Harry Potter. Un estil el qual, la mateixa aplicació que es vol realitzar pot enganxar a la perfecció en ambientar-ho al misteri i la foscor d'una Barcelona plena de secrets.

Ingress, un altre joc extret de Pokemon Go, però que es tracta de tancar o obrir portals que es troben per tot el món segons de l'equip al qual vulguis pertànyer. L'eslògan d'aquest joc és "it's time to move" com a idea de sortir de casa i lluitar per aconseguir punts i guanyar a l'equip contrari.



Harry Potter Wizard Unite



Ingress

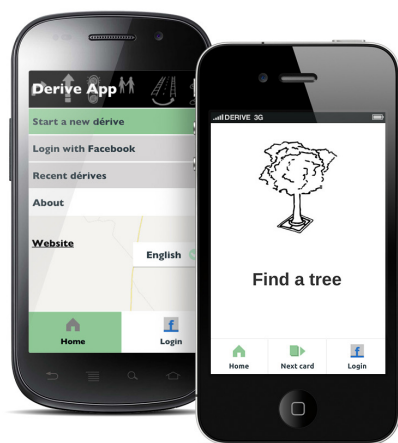
Un punt molt important d'aquest joc, és que aquests portals es troben en llocs emblemàtics de la ciutat per aquest motiu és considerat una manera diferent i divertida de conèixer la ciutat.

En realitat, tots els jocs relacionats amb Pokemon Go tenen aquesta facultat d'utilitzar-se per descobrir racons de la teva ciutat o d'altres que estiguis coneixent. Un punt molt important a tenir en compte a l'hora de realitzar la mateixa aplicació per conèixer diferents racons de la ciutat de Barcelona a través dels dracs que amaga. [15]

Les aplicacions dissenyades per convertir un viatge en un joc d'aventures proposen que recorris els carrers de les ciutats en les quals estàs de manera diferent, animant al fet que et perdís per elles i que a més, obtinguis puntuació d'alguna manera. [16]

Tenim l'aplicació Dérive, que es tracta de seguir pistes d'una ciutat concreta a través de geolocalització, seguir-les i acabar a llocs inhòspits.

Segueix un disseny d'estil retro i amb il·lustracions molt bàsiques que donen pista.



Dérive app

Una altra aplicació força interessant i que pot ajudar bastant a realitzar la idea principal del joc és la de "historias app" [8]. Es tracta d'una app que t'apropa molt més a la teva ciutat avisant quan estàs a 200 metres a través d'una notificació, que estàs a prop d'un lloc històric i que el més segur, que no sabies. Pot ser un semàfor de la postguerra per al que sempre has passat, un edifici amb molta història que fins ara per a l'usuari, mai havia cridat l'atenció...etc.

Aquest, et motiva a desbloquejar els racons a través de monedes fictícia que et van donant cada mes.

El disseny de l'aplicació es força senzill, mapa amb geolocalització, imatge i text explicatiu. L'app ofereix un atractiu que és el fet de descobrir coses de la ciutat que mai t'haguessis imaginat però per tema disseny, tampoc dona molt de si.

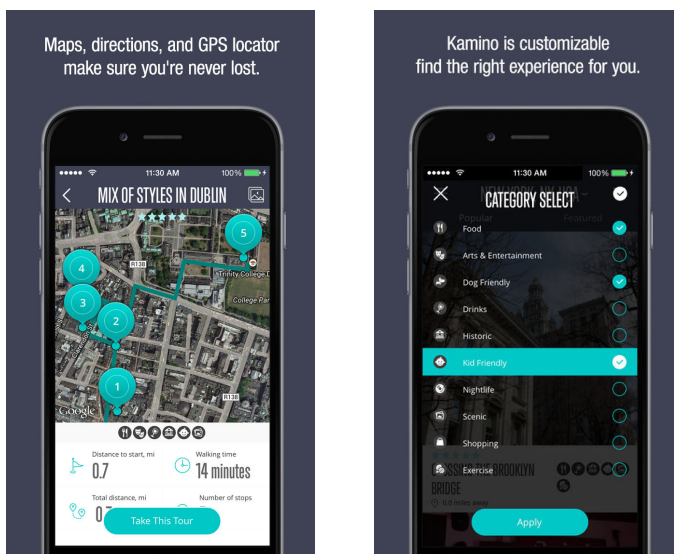


Historia app

Molt semblant a l'anterior esmentada, trobem Kamino, una aplicació que serveix per a descobrir la ciutat a través de rutes específiques que la mateixa gent pot arribar a recomanar i realitzar però aquesta informa més sobre rutes interessants i diferents per menjar, veure, oci... etc.

El disseny d'aquesta aplicació és força més atractiva gràcies al fet de tenir l'opció d'interactuar de manera directa aportant la teva informació, mapes més elaborats amb un disseny propi de l'aplicació que t'informa del temps de recorregut, km...

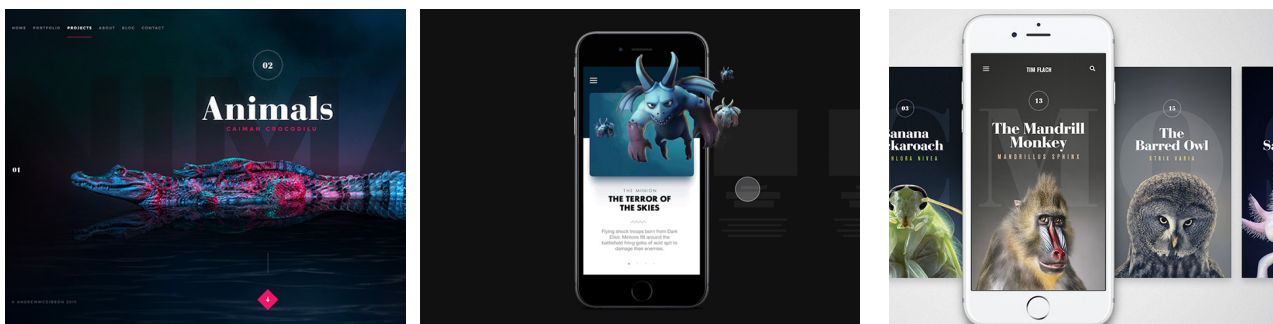
Kamino va guanyar el 2014 la millor app del Macworld, per el tant, es tracta d'una app molt ben dissenyada i formulada per tenir èxit. [17]



Kamino app

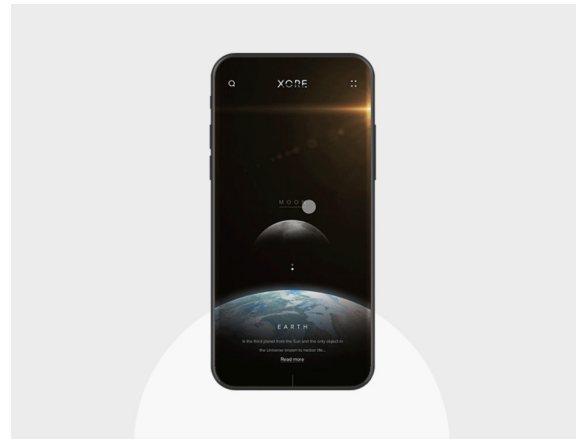
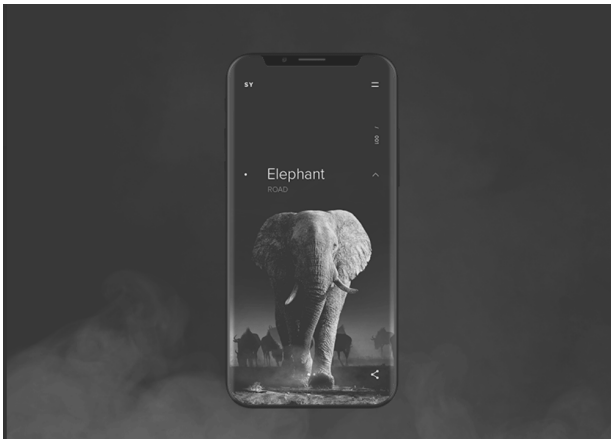
A continuació, esmentaré dos dissenyadors UI/UX els quals admiro molt i acostumen a treballar amb una línia molt neta, minimalista, amb un recorregut basat 100% en la interactivitat a més d'afegir a vegades, una visualització elegant, misteriosa i fosca a la vegada.

Es tracta de Matt Thompson: [18]



Matt Thompon projectes variats UI/UX

Y de Anton Skvortsov [11]:



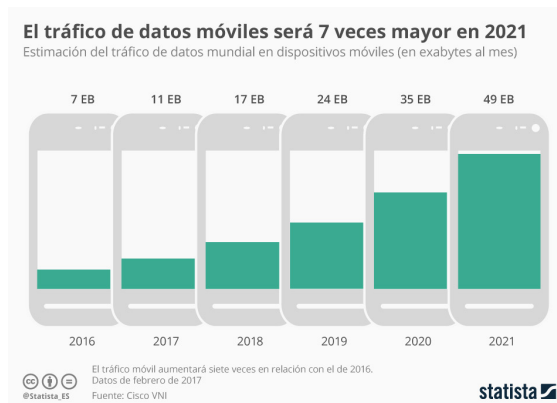
Anton Skvortsov projectes

Si entreu als respectius portfolis a la Bibliografia podreu veure les animacions per a cada aplicació i la manera de com treballen la interactivitat amb l'usuari i l'experiència. Fan treballs magnífics, els quals, visualment són una meravella i poden arribar a atreure moltíssim a l'espectador cosa que és un efecte que es vol treballar en l'aplicació a realitzar. El simple fet d'envoltar a l'usuari en un ambient de misteri i secrets ocults.

2. ANÀLISI DEL MERCAT

2.1 CONCEPTUALITZACIÓ

Avui dia ens trobem en una societat 2.0. Terme que sorgeix per primera vegada al 2004 i que actualment està creixent exponencialment com bé explica en la següent gràfica estreta de Statista:

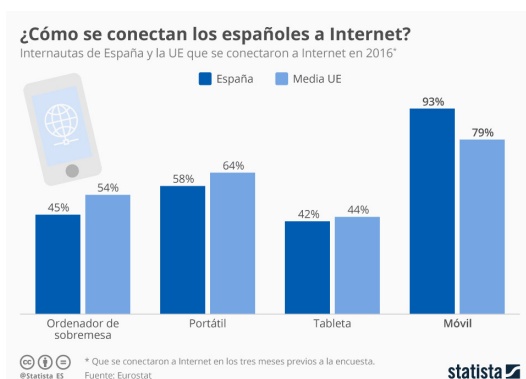


Tràfic dades mòbils pronòstic

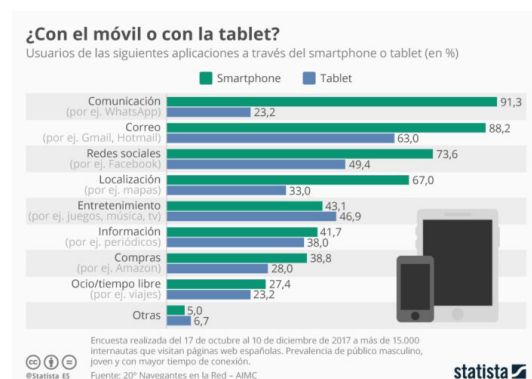
“La Web 2.0, más que una tecnología es una actitud de los usuarios, tanto productores como consumidores, frente a la circulación, manejo y jerarquización de la información. Esta democratización de la producción y acceso a la información en diversos formatos e idiomas hace de la Web 2.0 un punto de encuentro para los ciudadanos del mundo.” [20]

El nostre dia a dia actualment està present per les noves tecnologies, en especial, amb el mòbil. Aquest dispositiu ens ha facilitat el simple fet d'estar connectat al món durant les 24 hores i en qualsevol moment del dia. Una oportunitat per obrir un gran ventall d'aplicacions de tota mena per al nostre entreteniment i per a facilitar el nostre dia a dia. Comunicació instantània, eines, jocs, música...

La tablet, s'utilitza també força però més complicat que superi la del mòbil per la poca comoditat de transportar que aquesta suposa. Tot i això, unes estadístiques realitzades al 2017 especifiquen que per tablet es descarreguen més aplicacions d'entreteniment com jocs o tv.

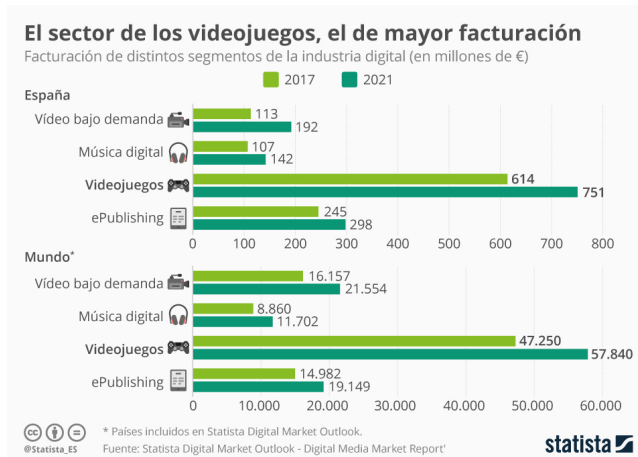


Connexió dels espanyols a Internet segons dispositiu. Statista



Diferència utilització tablet i mòbil. Statista

Com hem vist en el gràfic anterior, el número de descàrregues d'apps d'entreteniment no es pot comparar amb la d'apps de comunicació o de xarxes socials però tot i això. S'ha obtingut un valor realment molt elevat i a més, no pot envejar el nombre de descàrregues dels demés àmbits, ja que el món dels videojocs és el que més factura l'any en tot el món. Es preveu que al 2021 es facturarà 751 milions d'euros en videojocs en general. [21]



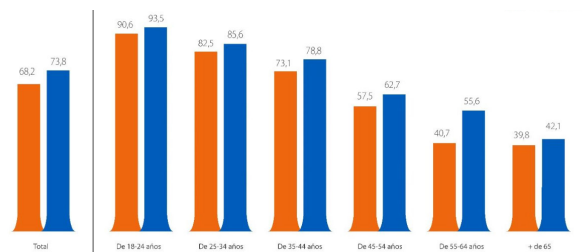
Facturació de diferents segments. Statista

De fet, com per exemple, en el cas dels smartphones les apps que facturen més són videojocs. Trobem els següents números de facturació del 2017 a Espanya on pokémonGo, el gran esclat de 2016, es troba dels més alts per exemple:



Apps que més facturen a Espanya. Statista

Respecte a l'edat d'utilització d'apps mòbils, es pot identificar en el gràfic següent com els joves d'entre 18 i 24 anys són els que consumeixen més hores en les apps del smartphone. I actualment, cada vegada augmenten més hores els de la franja entre 55 i 64 anys. Cada vegada va absorbint més públic de totes les edats. [22]



Utilització aplicacions per edat

En definitiva, ens trobem en un moment d'increment continu en el món de les apps. La dependència d'un smartphone és indiscutible i això ha provocat un augment de la creació d'aplicacions les quals, es troben en un món ple de competència per aquest motiu, la iniciativa de creativitat i noves idees és indispensable per no oxidar-se i quedar-se enrere.

2.2 ESTRATÈGIA DE MÀRQUETING [22]

L'aplicació, com hem esmentat en apartats anteriors, vol captar l'atenció de l'usuari en el joc a través que hi hagi beneficis, puntuació amb la qual, pugui tenir recompenses. Aquestes recompenses serien descomptes d'àmbit cultural a la ciutat com museus, teatre, cinema... Llavors, una estratègia de Marketing principal seria captar *Partners*. Aquests *Partners* poden ser institucions com públiques de l'ajuntament, ja que no deixa de ser una aplicació d'àmbit cultural a la ciutat de Barcelona. I a més, també s'ha pensat com a *Partners*, possibles establiments comercials que vulguin participar en l'aplicació oferint descomptes.

Amb els *Partners* bàsicament el que aconseguim és ajuda econòmica per al manteniment i creació de l'aplicació a canvi que ells, puguin tenir més vendes.

Aquesta és l'estratègia més òptima i principal per a la nostra aplicació. Després, s'aplicarien altres estratègies com publicitat en mupis als metros o diferents punts estratègics de la ciutat i fins i tot banderoles. Es tracta d'una aplicació que influeix i beneficia a la ciutat de Barcelona, per aquest motiu seria una manera molt directe de mostrar-se tot i que en aquest punt, la despesa econòmica pot augmentar força per aquest motiu, s'hauria de mirar de fer pacte amb l'ajuntament si interessa per al seu cas.



Mock up cartell Drakcondit

Un altra estratègia seria aprofitar l'oferta de les xarxes socials com per exemple *Facebook* i *Twitter* que són les que més retorn tenen pel fet de segmentar de manera més detallada el públic al qual es dirigeix la publicitat. En aquest cas utilitzaríem ads per localització de l'usuari a Barcelona o a les proximitats i també a *Youtube*, mostrariem el spot publicitari també creat.

Ja que parlem de *Youtube*, un altra estratègia de Marketing serien els *Influencers*. Aquests es troben en xarxes socials com *Youtube*, *Instagram* o d'altres i cobren per fer publicitat d'un producte. Encara que sigui una estratègia realment valuosa sobretot per un públic més jove, és una de les estratègies més cares.

A més, efectivament, es crearien les pàgines a les xarxes socials específiques com *Facebook*, *instagram*, *youtube* o *Twitter* per tal d'anar actualitzant contingut i estar sempre actius. Per exemple a més, es poden crear campanyes per a que els usuaris ens etiquetin en *hashtags* i poder arribar a més gent.

Un bon posicionament web és realment important per tal d'aparèixer sempre al principi de la cerca de les tendes d'aplicacions, ja que els usuaris no solen passar de la segona pàgina normalment. Llavors, s'ha de valorar cuidar una estratègia de ASO (*App Store Optimization*). S'ha de tenir cura de les *Keywords* (només per iOS), que l'app estigui optimitzada i bon funcionament, nom de l'app, la descripció, ràpida instal·lació i bona puntuació. [23]

Un altre estratègia seria el mail marketing per a la gent registrada a la qual s'enviaria les novetats o interesos sobre actualitzacions de l'aplicació. [24]

2.3 ANÀLISI DAFO

DEBILITATS

- Inexperiència.
- Pocs fons per invertir.
- L'aplicació acaba quan trobes tots els dracs. No continua.
- La gent ha d'acceptar condicions de geolocalització.
- Està limitat a la ciutat de Barcelona.

FORTALESES

- Totalment gratuïta.
- Innovador.
- Compatible amb qualsevol horari, situació a la ciutat de Barcelona .
- Joc molt interactiu amb l'usuari.
- Usabilitat senzilla i intuïtiva.
- Actualització del joc per geolocalització.
- Aplicació que requereix moviment físic.
- Motivació per recompenses.
- Cultura sobre Barcelona.

- No poder tenir el suficient pressupost per mantenir l'aplicació en funcionament.
- Que la gent no capti interès per la cerca d'aquests dracs.
- Que la precisió de la geolocalització pugui fallar

- Es tracta d'una aplicació amb tecnologia innovadora.
- Toca un tema molt específic de la ciutat de Barcelona
- Es pot tenir suport de les diferents institucions culturals i ajuntament al tractar un tema cultural.
- Es pot vincular d'alguna manera amb el turisme.

AMENASES

OPORTUNITATS

3. PÚBLIC OBJECTIU I PERFILS D'USUARI

Una vegada fet tot l'estudi anterior, ens podem centrar en un públic objectiu.

La franja d'edat pot variar molt, pot acaparar tant nens, joves o adult com dones i homes. El que si ha de complir en la majoria dels casos és que tingui residència a Barcelona o proximitats o per altra banda, que sigui un turista de la ciutat habitual. En general, que els usuaris acostumin a estar per la ciutat de Barcelona és un fet important, ja que l'aplicació requereix constància.

Per altra banda, ens centrem en un públic consumidor de jocs per aplicacions, ja que és necessari que aquest tingui l'hàbit per tal de no perdre interès, així i tot, en tractar-se d'un joc molt interactiu amb l'espai físic real fa que no sigui necessària la intervenció continua amb el mòbil, per això, també una persona no acostumada a jugar amb el mòbil, es pugui sentir a gust.

La persona ha de ser curiosa, ambiciosa i ha de tenir ganes de conèixer coses sobre la ciutat de Barcelona. Es tracta d'un joc d'observar cada racó per això, s'endinsarà en la ciutat veient coses de les quals mai s'havia fixat.

3.1 PERFILS D'EXEMPLE

A partir d'aquí, ja podem realitzar l'estudi del target:

PERSONA 1



PERFIL DEMOGRÀFIC

Nom: Anais

Edat: 22 anys

Sexe: Femení

Família: pares separats i un germà petit de 19 anys

Ocupació: estudiant audiovisual

PERFIL GEOGRÀFIC

Lloc de residència: Barcelona amb companys de pis

Lloc d'estudi: Barcelona centre (matí)

Nivell de vida: normal

Posseeix smartphone, portàtil i internet

FRASE

"Sempre hi ha algo per aprendre"

"app descobrir dracs Barcelona" volgués que Anais:

- Descobris tots els secrets que amaga Barcelona gràcies al descobriment dels dracs
- Es divertís jugant a l'exterior i en temps real buscant els dracs.

PERFIL PSICOSOCIAL

Classe social: mitja

Aficions: La fotografia. Sempre que pot s'emporta la seva càmera professional per tal de fer bones fotografies a la gent que passa pel carrer i petits detalls que li criden l'atenció.

Perfil personal

S'ha d'aixecar molt d'hora per anar a estudiar la carrera d'audiovisuals a la universitat de Barcelona i després de sis hores acostuma a anar a la biblioteca per tal de realitzar els seus treballs de classe. Cada dia ha de desplaçar-se pel centre de Barcelona, cosa que li encanta. Encara que hagi nascut a Barcelona, segueix totalment enamorat de la ciutat i de cada racó, per això li agrada tant passar hores passejant pels seus carrers sempre que pot.

Anais necessita... Oblidar-se de tant en tant dels estudis i fer el que més li agrada per desconnectar, agafar la càmera de fotos i sortir pels carrers de Barcelona.

Anais pateix...ja que a vegades perd la necessitat de fer el que més li agrada per falta de motivació causa de la carrera que la manté massa ocupada mentalment.

Anais visita 'app dracs' cada setmana per tal de descobrir i fotografiar tots els dracs que troba per Barcelona i competir en un joc progressiu en temps real. D'aquesta manera oblidar-se dels estudis de la manera que més li agrada, passejar pels carrers de Barcelona.

Anais presta atenció a... Les rutes que planteja el mateix joc per tal de trobar els dracs.

PERSONA 2



PERFIL DEMOGRÀFIC

Nom: Diego

Edat: 50 anys

Sexe: Masculí

Família: Viu amb la dona, dos fills independitzats

Ocupació: Artesà

PERFIL GEOGRÀFIC

Lloc de residència: Barcelona

Lloc de treball: Taller de Barcelona.

Horari: matins 6 hores.

Nivell de vida: normal

FRASE

“Cada detall importa”

‘Organització per a grups’

volgués que Diego:

- Surti de la rutina diària per posar-se amb un nou entreteniment en el seu temps lliure
- El motivés a fer llargues rutes.

PPERFIL PSICOSOCIAL

Classe social: mitja

Aficions: La lectura en general i la seva pròpia feina, l'artesania.

Perfil personal: Com a conegut artesà que és, realitza els encàrrecs amb molta professionalitat durant el matí. Són hores molt intenses i acaba força cansat. Després dina amb la seva dona a casa i a la tarda li agrada agafar un llibre i anar a passejar tranquil·lament per Barcelona. A vegades es posa a jugar als típics jocs de mòbil que enganxen tant per a passar l'estona. Però sempre ha pensat a fer una mica més d'exercici per tal de no ser tan sedentari. Porta tota la vida a Barcelona, es coneix tots els racons i per el tant, coneix la història dels dracs de Barcelona però no sabia que podien haver-hi tants. A més, a ell, amb el que li agrada l'artesania, els dracs de Barcelona són una meravella per a ell.

Diego necessita... Buscar una manera que el motivi a moure's més.

Diego pateix... Perquè a vegades té massa temps actualment i necessita una nova distracció que no sigui tant sedentaria, ja que la seva feina ja ho és.

Diego visita 'app dracs' per a fer una nova ruta per la ciutat de Barcelona. D'aquesta manera, descobrir nous racons gràcies a la cerca dels dracs.

Diego presta atenció a... Les descripcions i la història de cada drac. Com està fet, època, artesania...etc

PERSONA 3



PERFIL DEMOGRÀFIC

Nom: Jared
Edat: 32 anys
Sexe: Masculí
Família: Solter
Ocupació: Músic

PERFIL GEOGRÀFIC

Lloc de residència: Barcelona (Nascut a EEUU)
Lloc de treball: Guitarrista autònom.
Horari: matins 6 hores.
Nivell de vida: normal

FRASE

“Soc cul inquiet, m’agrada conèixer mon”

**‘Organització per a grups’
volgués que Diego:**

- Coneixi amb profunditat la ciutat
- Pugui gaudir de descomptes per oci i cultura a Barcelona

PPERFIL PSICOSOCIAL

Classe social: mitja

Aficions: La música i conèixer noves cultures

Perfil personal: Diego fa uns mesos a arribat a la ciutat de Barcelona per treballar com a músic en un musical el qual l’han contractat d’EEUU. No coneix l’espanyol ni català però es vol integrar a la ciutat lo més ràpid possible. Viu amb dos companys de pis que també treballen amb ell i amb els que es porta força bé i passa la major part del temps.

Barcelona li encanta, amb els mesos que ja porta s’ha recorregut dues vegades la ciutat sencera. En el seu temps lliure que acostuma a ser gairebé tot el matí i casi tarda excepte en els assajos, li agrada voltar per la ciutat sigui amb algú o sol i realitzar sortides d’oci o culturals que ofereix Barcelona. Ell desconeix totalment la història dels dracs però li crida molt l’atenció un anunci que veu i es decideix descarregar l’app.

Diego necessita... Coneixer més sobre la ciutat on està visquent actualment i fer més oci.

Diego pateix... perquè sap que no podrà estar sempre a la ciutat i vol expressar-ho al màxim.

Diego visita ‘app dracs’ per a aconseguir punts dels dracs i descobrir les promocions que aquests ofereixen per tal de fer més oci per Barcelona.

3.2 ESCENARI

ESCENARIS ANAIS

L'Anais surt de la universitat un dijous a les 16h just ha quedat amb tres amics per prendre alguna cosa amb els amics. Aquests després, proposen anar a donar una volta per Barcelona. Ja són les 18:00 i està força fosc, el moment el qual el gòtic de Barcelona està més bonic i a l'Anais li encanta.

Mentre caminen, a l'Anais li vibra el mòbil. Es tracta d'una notificació de l'aplicació avisant-la que està realment a prop de descobrir un drac de la zona.

Ella avisa als seus amics de l'esdeveniment, llegeixen les possibles pistes que pugui donar l'app per tal de crear misteri i es posen a buscar.

Definitivament el troben i es compleix l'objectiu de l'Anais al joc puixant així de nivell i desbloquejant altres esdeveniments de l'aplicació.

ESCENARIS DIEGO

Diego acaba de dinar i està decidit a sortir de casa per donar una volta per Barcelona. De fet, ha de fer un encàrrec i és anar a la biblioteca del raval a deixar uns llibres que ja ha acabat. Mentre va caminant, passa per un dels dracs que ja ha descobert i decideix obrir l'aplicació per continuar amb el joc i veure si pot descobrir algun de nou. I efectivament, l'aplicació li recomana realitzar una ruta una mica més llarga que de costum per anar a la biblioteca però que li va de pas. I així, podrà investigar on es troben els dracs més propers i que encara no ha vist.

Durant tota la ruta, troba un total de tres dracs, un d'ells li ha semblat realment molt curiós, ja que es trobava camuflat en una porta d'un edifici. Ha acumulat els beneficis per a progressar en el joc i a més, s'ha llegit totes les curiositats que oferia el seu descobriment. A més, està complint el seu objectiu de moure's més. Ara ja és hora d'anar a tornar els llibres.

ESCENARIS JARED

Jared ha quedat amb una noia del musical per prendre alguna cosa i anar al cinema per Barcelona. Ell ja coneix l'aplicació i de fet, ja té una bona col·lecció de dracs. No li queda res per aconseguir la promoció del cinema 2x1 més dos "palomenús". Mentre van caminant pel gòtic, l'aplicació li avisa que hi ha un drac molt a prop. Es posa a buscar mentre van caminant i efectivament, com ja sap els trucs d'on poden estar i la seva intuïció no falla, el troba en un balcó. Li fa la foto i ja té els punts suficients.

4. DEFINICIÓ D'OBJECTIUS/ESPECIFICACIONS DEL PRODUCTE

Les aplicacions, com ja s'ha comentat, tenen diferents objectius a complir. Entretenir, facilitar tasques, fomentar la cultura, comunicació...etc. Per això des d'un principi, s'ha de buscar un problema i necessitat per tal de poder buscar una solució ben enfocada.

En aquest cas trobem un problema: la falta d'interès d'un gran públic pels més de 1000 dracs que es troben amagades per tots els racons de Barcelona, que tenen un passat i per tant una història que explicar.

Lavors, una vegada feta tot l'estudi anterior, començarem amb la pluja d'idees per a cada funcionalitat:

4.1 BRAINSTORMING





A continuació mostraré la pluja d'idees que s'ha generat a manera de llista sobretot el que ens agradaria del projecte. Funcionalitats, característiques, pensaments en general sense tenir en compte cap límit que pugui haver-hi:

Localització en temps real / notificacions / col·leccionar / pistes / il·lustracions per als dracs per categoria / il·lustració per a cada drac / fotografia de cada drac/ pistes / l'usuari és el que busca el drac, no et diu la ubicació exacta/ joc cooperatiu / punts / xat / compartir/ obsequis / avatar / mapa en temps real amb avatar (Estil pokemon) / mapa senzill per ubicar-te en temps real/ caçar / rescatar/ investigar / lluita entre altres jugadors / història per drac trobat/ desbloquejar obsequis / compartir pistes / estil fosc-misteriós / una vegada trobat el drac dificultats per aconseguir-lo/ fotografiar drac per tal de col·leccionar-lo/ poder caracteritzar el teu avatar/ personatge reconegut com a caçador de dracs / agregar amics/ compartir premis amb els amics / cofres o objectes a part dels premis per dracs situats en llocs emblemàtics de la ciutat i també explicant la història/ dracs per dificultat de nivell de trobar (poden estar ben camuflats) / pots trobar el drac més d'una vegada per tal d'augmentar nivell / reptes / rol / trofeus / trobes el drac però no tens el nivell suficient per tenir-lo. Queda marcat com trobat però com pendent. /Avisar quan puguis caçar el drac trobat. / Guanyes punts al trobar altres dracs, al complir amb reptes, rutes, desbloquejant, si trobes un drac amb poques pistes.../ mobile tablet only / Història en un món fantàstic a Barcelona / personatge que et guia pel món / si es troba un drac completament desconegut donar l'opció de registrar-lo/ cultura sobre Barcelona / punts per aconseguir descomptes en museus, teatre, llibreries... i tot el que seria de tema cultural a Barcelona. Aquests punts es podrien aconseguir a mesura que es troben dracs. Exemple de punts Yumi del tenedor en reservar taula. / Conveni amb ajuntaments, bancs, associacions... Per poder oferir el servei anterior anomenat / opció compartir esdeveniments a les xarxes socials. Ex: he guanyat tal premi o he trobat tal drac compartint foto./Registrar cada drac per geolocalització si es troba algun, es farà foto i llavors s'activaria la informació d'aquest desbloquejant-lo i els respectius punts. (En cas que fos desconegut, efectuaria un altre procés.)/ comprovar foto amb un altre que mostra el sistema per assegurar.

4.2 DECISIONS

Una vegada feta la pluja d'idees, es farà una selecció repartint 150 punts als escollits pensant en l'usuari i les seves necessitats.

localització en temps real	10
notificació per proximitat i events	10
col·leccionar	7
Pistes, reptes, rutes	7
Il·lustracions per als dracs per categories	1
Fotografia de cada drac	5
Punts	7
Desbloquejar Obsequis	7
Avatar	0
mapa senzill per ubicar-te en temps real	10
estil fosc-misteriós	8
dracs per dificultat de nivell de trobar (poden estar ben camuflats)	7
reptes	7
Història en un món fantàstic a Barcelona	6
personatge que et guia per el món	3
si es troba un drac completament desconegut donar l'opció de registrar-lo	9
l'usuari és el que busca el drac, no et diu la ubicació exacta	8
Conveni amb ajuntaments, bancs, associacions (per als obsequis)	7
punts per aconseguir descomptes en cultura a Barcelona (museus, teatre, llibreries..)	7
Registrar cada drac per geolocalització	8
Fer foto per desbloquejar i el sistema preguntarà si és el drac comparant amb una foto	4
Desbloquejar història drac i punts després del procés. "Es llibera el drac"	9

 Imprescindible	 Es pot aplicar
 Molt interessant	 No necessari

4.3 DESCRIPCIÓ DE L'APLICACIÓ

Una vegada tenim ja el nostre anàlisi de requisits efectuat, veiem com les idees estan molt més clares tot centrant-nos en les necessitats de l'usuari. S'han tingut moltes idees variades per les quals portar l'app però com a conclusió, s'han escollit les que poden ser més encertades per al seu desenvolupament.

Amb la puntuació per a cada funcionalitat es deixa molt més clara la visibilitat que tindrà l'app. Per una banda, s'ha destacat que l'aplicació es basarà en un joc ambientat en una Barcelona fosca i misteriosa, on tindrà la funció d'lliberar als dracs, ja que es troben tancats en les estàtues que s'aniran descobrint per la ciutat. El tema, serà misteriós per inspiració dels llibres de Carlos Ruiz Zafón que tenen com a protagonista la ciutat de Barcelona i també, perquè els dracs són éssers mitològics i màgics a més d'agafar com a imatge una Barcelona fosca i inspiradora del gòtic.

Aquest és el context històric de l'aplicació per tal d'ambientar a l'usuari en un altre món on ell és el protagonista que es mou en temps real per la zona de joc, els carrers de Barcelona.

Llavors, la cerca d'aquests dracs, no serà facilitada per l'app. La gràcia del joc serà que els mateixos usuaris els hagin d'anar trobant sigui per mitjà de pistes, reptes o simplement que se'ls troben com a curiosos que són i miren cada racó. És una manera d'incentivar al jugador, no deixant-li les coses fàcils. A més, com ja s'ha investigat, hi ha més de mil dracs però encara no s'han trobat tots. Sempre es poden trobar més i que fins ara són desconeguts. Per això, seria un punt molt important el simple fet que la persona que trobi un drac que no hagi estat registrat, aquest el pugui registrar com a nou descobriment.

Un altre punt que no es queda enrere i que guanya molt de protagonisme amb la nostra filosofia de cultura, és el fet de mostrar la descripció del drac trobat. Explicar la seva història i detalls curiosos per tal de saber més sobre la ciutat que ens rodeja.

Col·leccionar, és un fet important, ja que motiva als usuaris a tenir-los tots, reptes és un altra manera i a més, s'ha pensat una altra forma de motivar encara més. Acumular punts. Perquè? Doncs per a poder tenir descomptes d'àmbit cultural sigui a museus, teatre, cine, llibreries..., etc. Tot creant conveni amb ajuntaments o associacions que puguin estar interessades. Per cada drac rescatat, segons el nivell de dificultat pot donar més o menys punts per a premis.

Els reptes i pistes que hi anirien sorgint apareixerien en forma de push notificació o buscant pel menú dins de l'app.

Per últim, s'explicarà la manera de registrar un drac salvat. Tot seria a través de geolocalització. Quan es troba un, s'avisarà a través d'una eina de l'app i es fa una fotografia. Llavors, passa a desbloquejar-se guanyant els respectius punts i veient la seva història.

CAPÍTOL 3

Disseny



1. ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓ I DIAGRAMES DE NAVEGACIÓ

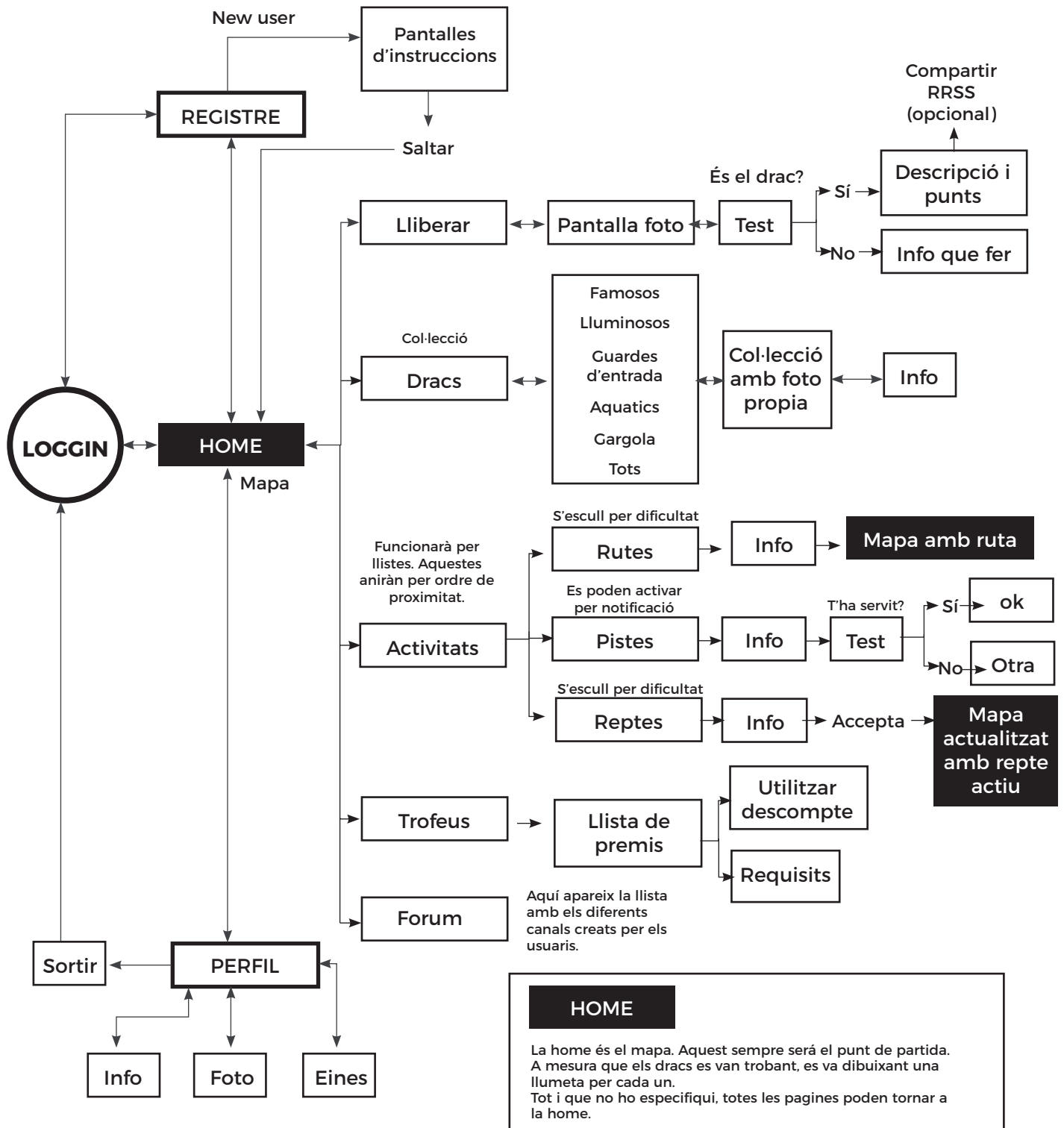
A continuació, mostrarem el disseny de l'arbre de navegació de l'aplicació i els respectius *Wireframes*.

L'arbre de navegació comença amb el *Login* amb el seu procés bàsic d'instruccions quan et fas usuari nou. La home especifica que es tracta sempre d'un mapa amb el menú. Aquest menú consta de 4 botons principals que són alliberar, dracs, trofeus i activitats. Les activitats es dividrien en tres (rutes, reptes i pistes) i els altres ja passarien directament a les funcions de cada un.

Després, es mostraria l'opció perfil, i fòrum com a secundaris.

Primer mostrarem el mapa esmentat y a continuació els *Wireframes* desglossats amb la seva informació.

1.1 MAPA DE NAVEGACIÓ

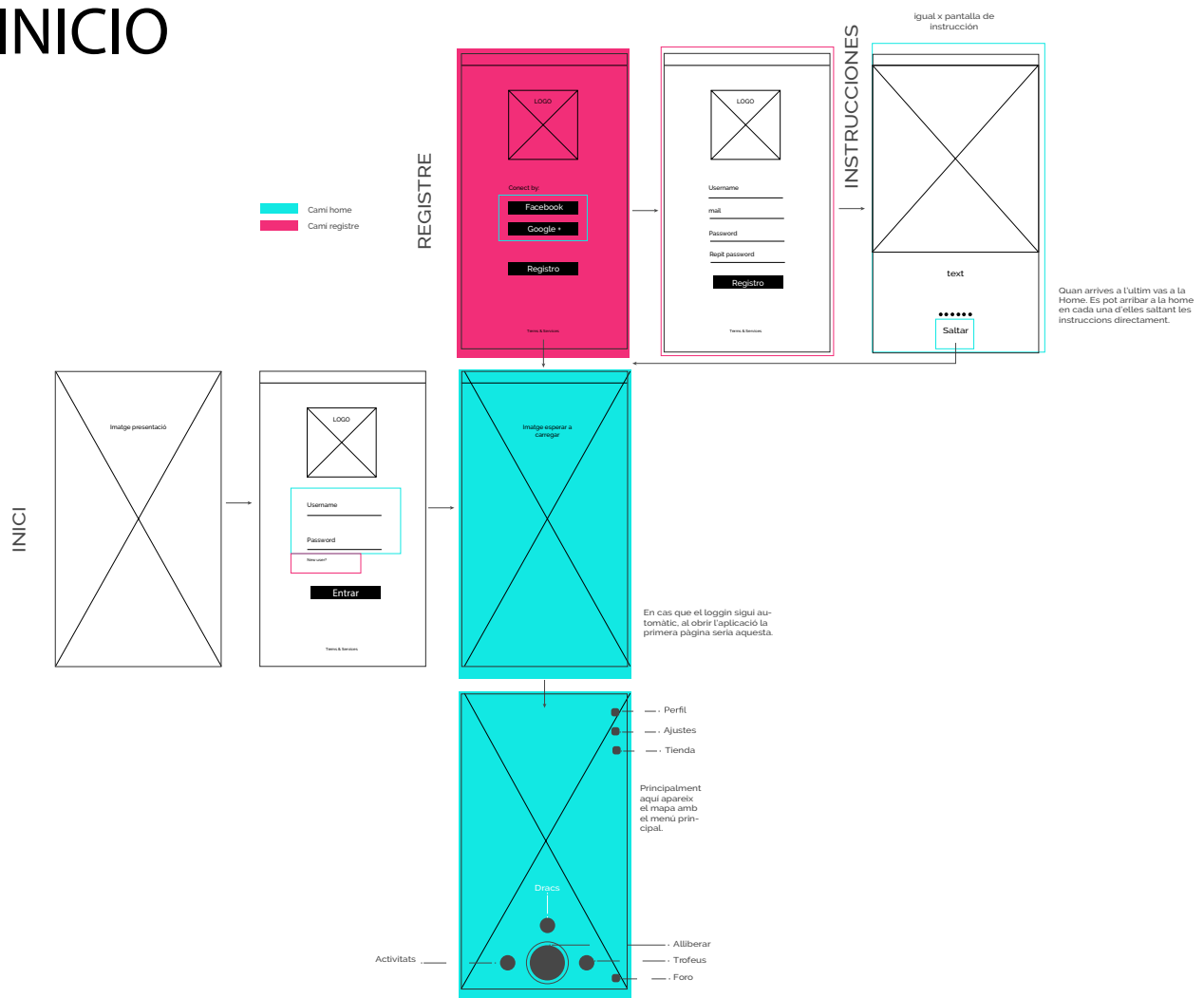


1.2 WIREFRAMES

A continuació es mostren els *wireframes* realitzats de l'aplicació al complet, ja que quedava per detallar algunes pantalles.

A l'inici no hi ha cap modificació:

INICIO

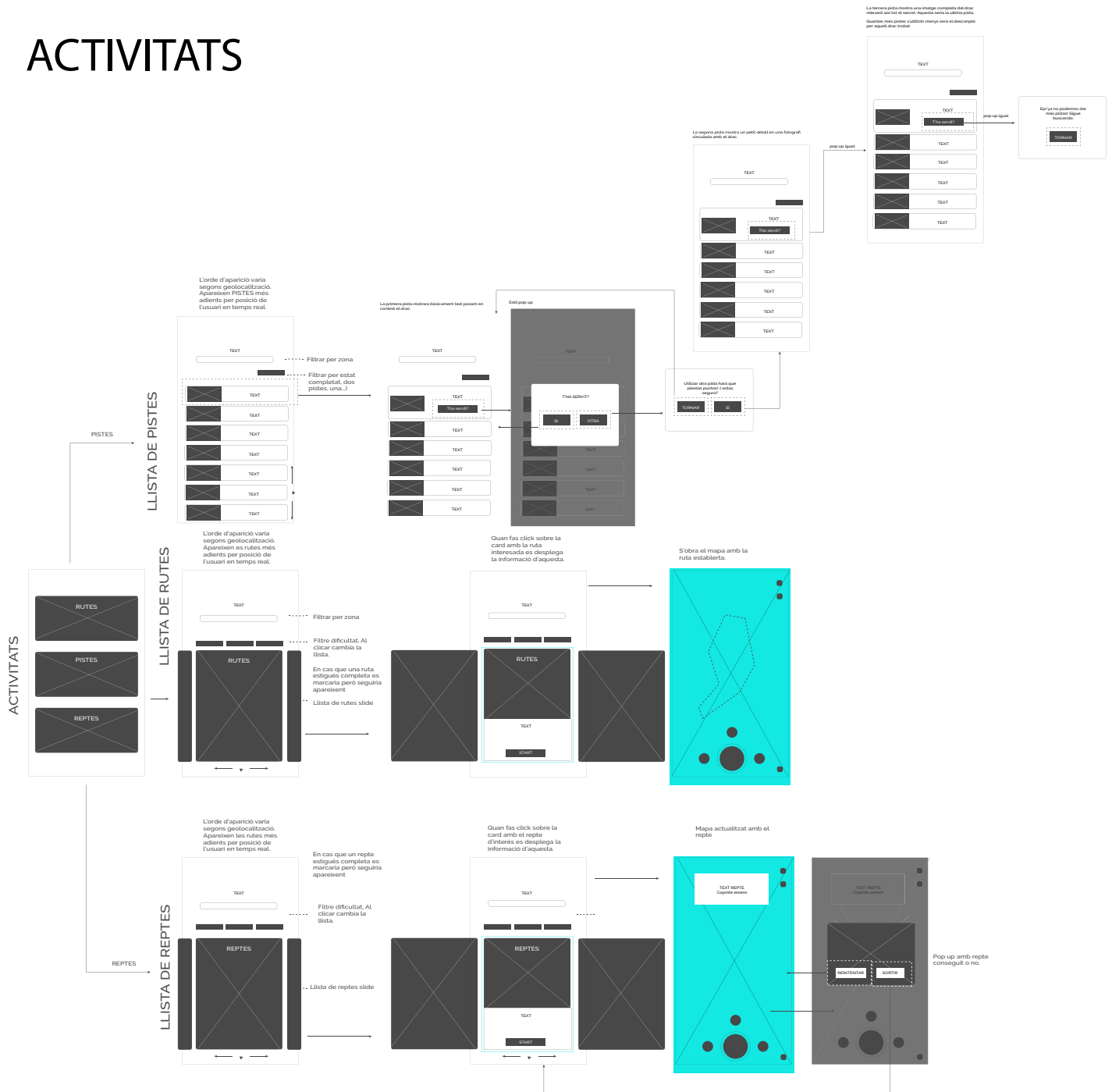


La part de les activitats, la qual accedeixes des de la pantalla de mapa, ja la vaig mostrar però en aquest cas, he afegit algunes modificacions. Per exemple:

A l'apartat de pistes, he afegit una manera de fer que l'usuari no demani pistes així com així. Hi han un total de tres i per cada una que es demana, s'avisava que es perdran punts.

A l'apartat de rutes he afegit una ruta a l'anar al mapa i a l'apartat de reptes he afegit una pantalla de després del repte estil pop up.

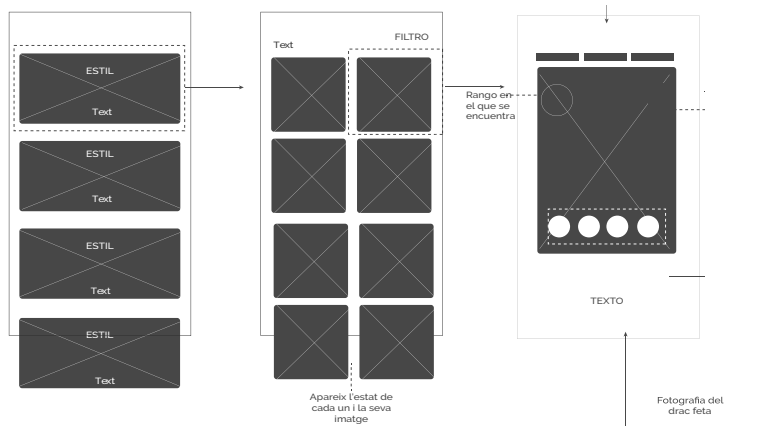
ACTIVITATS



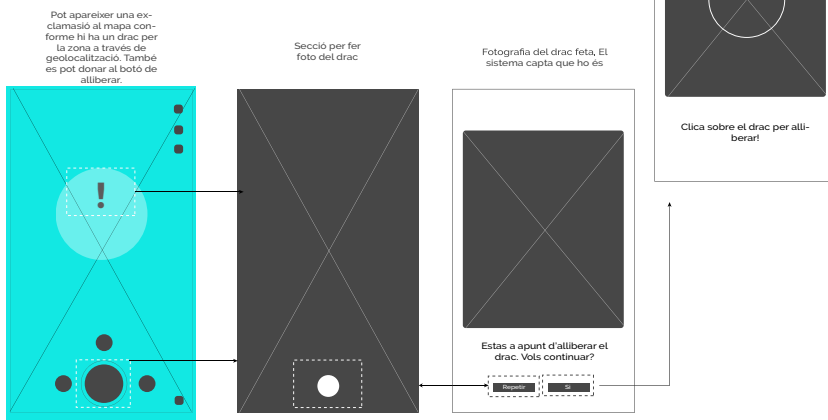
Els següents *Wireframes* són nous. Primer mostrem l'apartat de dracs on aniria directament des d'un botó de l'inici. Aquí es mostrarien els dracs en "cards" per categoria. Els dracs guardians (els que es troben a les portes), dracs aquàtics (fonts), lluminosos (faroles), observadors (balcons), etc. D'allà aniria a la pàgina on es troben els dracs col·leccionats i a continuació, es pot clicar en cada un per veure en detall cada drac.

A sota, el botó alliberar de l'*home*"ens porta a la càmera de fotos, i d'allà ens porta a veure el detall del drac. A la pantalla blava (*home*), es troba una exclamació la qual indica que hi ha un drac molt a prop i que es marca gràcies a la geolocalització.

DRACS



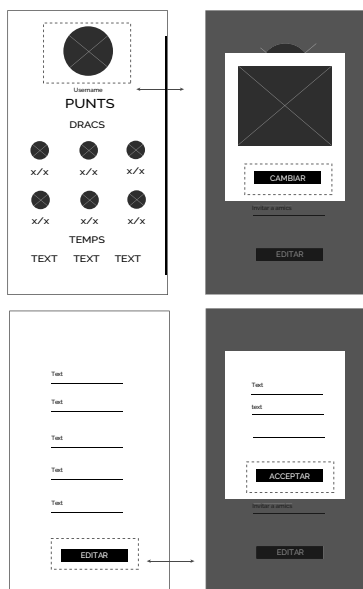
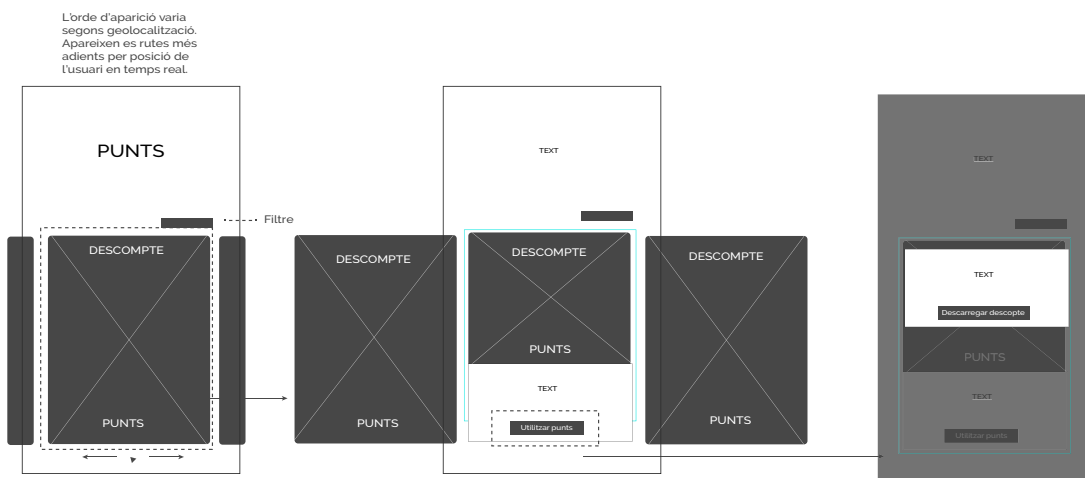
ALLIBERAR



Per últim, la pantalla de trofeus, des d'on també s'accedeix a partir de la pantalla de mapa. Aquí, segons els punts que es tenen es poden agafar els descomptes que s'ofereixen.

Després, trobem el perfil, on es mostra la foto d'usuari i les característiques del progrés del joc. I els ajustos amb les possibles edicions.

TROFEUS



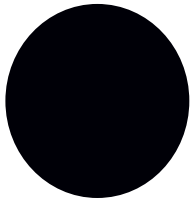
Perfil

Ajustes

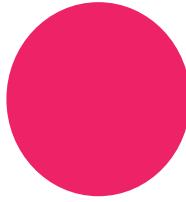
2. IMATGE CORPORATIVA

La imatge corporativa és un punt molt important en aquest projecte per el simple fet de començar a vestir la nostra aplicació.

El que vole que transemti la nostra aplicació és una Barcelona fosca i misteriosa. Per aquest motiu, els dracs escollits són el negre i el vermell amb les següents tonalitats:



Negre amb un toc
de blau
#090611



Vermell amb un toc
de magenta
#F4065C

Open Sans

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!@#\$%^&*()=?~:;

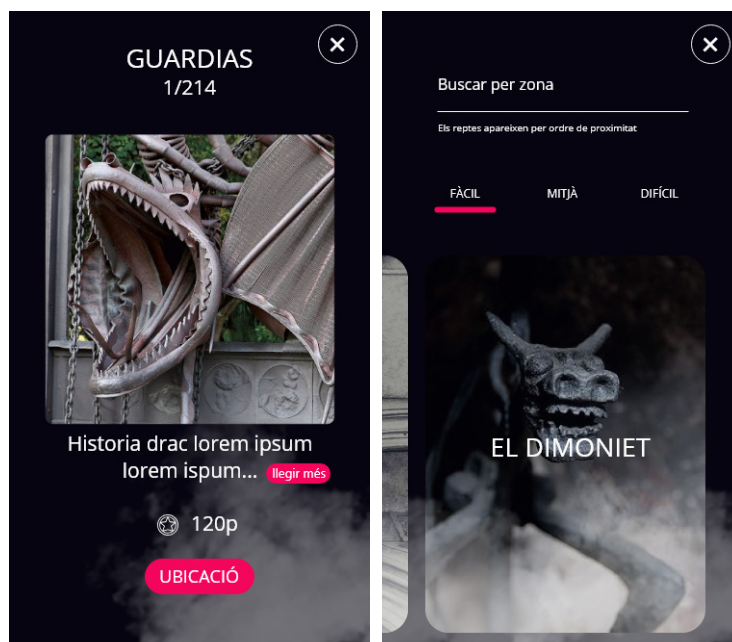
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!@#\$%^&*()=?~:;

El negre es farà servir per al fons de cada pantalla per tal de dissenyar una interfaç fosca. El vermell serà el color principal per a detalls de la app per tal de ressaltar del negre. Aquest color és molt representatiu dels dracs per ser un color càlid del foc i juntament amb el negre, aconseguim un ambient misteriós i fantàstic a més de tenir dos bons tons per convalidar dins l'aplicació.

La tipografia escollida ha estat Open Sans. Es tracta d'una tipografia de pal sec força estandard que per pantalla té una llegibilitat força bona.

El tamany del text variarà segons importància d'aquest però normalment serà de 17px per textos en parrafada i de 20 px o superior per titulars. Més petit ja costa més de llegir per a dispositius mòbils. [25]

Exemple de pantalla dissenyada:



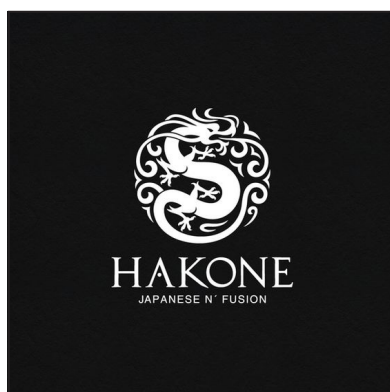
El nom de l'aplicació va sorgir a partir d'una pluja de paraules:

Drac, obscur, cercar, amagat, recondit, Barcelona, Ciutat, Gotic, foc, magia, misteri, investigar, caminar, dinamin, col·leccionar, alliberar, trobar, descobrir, figures, estatuas, ornamentals, turisme, cultura...

I gràcies a la inspiració amb el nom de Drakcelona i juntant drac, amb la paraula recondit, que significa algo molt amagat, difícil de trobar aconseguim el nom per a l'aplicació. El tagline ha estat l'escollit ja que quadra amb la idea de col·leccionar el dracs i trobar-los a tots com a repte de l'aplicació:

DRACONDIT / Podràs alliberar-los a tots?

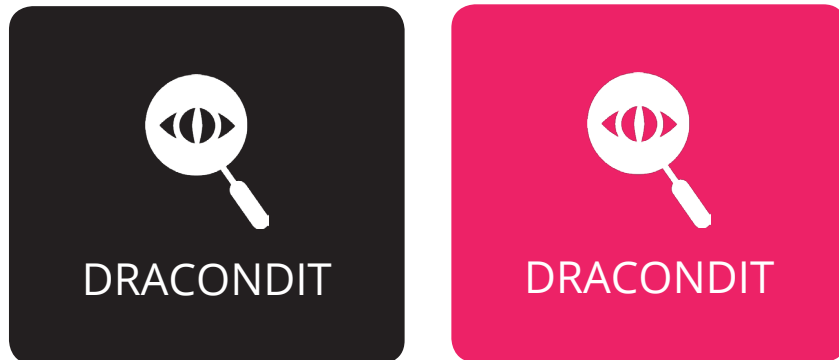
A partir d'aquí a la hora de dissenyar el logotip, ens hem centrat primer, en les ornamentacions dels dracs que es troben per la ciutat de Barcelona, però seria apropar-se bastant al logotip de Drakcelona. Els exemples que es mostren són d'internet.



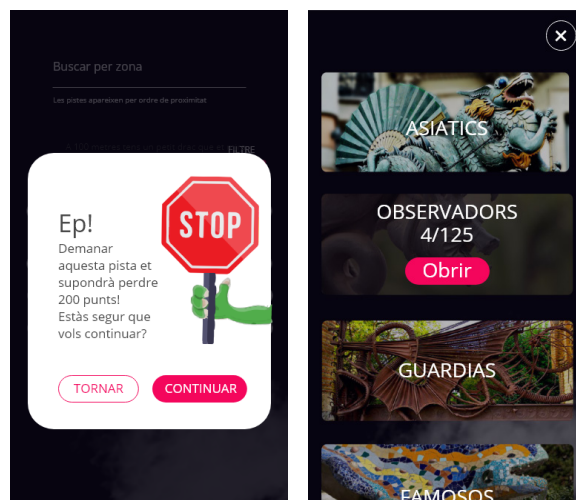
Llavors es va pensar en agafar un drac i caracteritzar-lo per a convertir-lo en el símbol de Dracondit. Els exemples que es mostren són d'internet.



Però al final es va decidir per fer el disseny d'un logotip més estil flat design. Senzill i que mostrés ràpidament que fa l'app. En aquest cas, s'ha agafat la imatge d'una lupa i s'ha col·locat un ull de drac al centre amb la idea de buscar dracs.



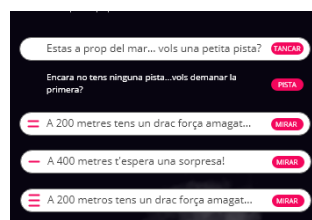
Les imatges que es mostraran a l'aplicació són, principalment les fotografies dels dracs i il·lustracions més despreocupades per tal de no caure en una aplicació molt seria i plana. Ser una mica més pròxim a l'usuari quant a llenguatge juntament amb la il·lustració.



Els botons seran de dos tipus, un vermell per complet per ressaltar i l'altre només amb cantonada vermella i l'interior transparent per tal de posar-lo com a segona opció menys important. A més, les cantonades seran totalment arrodonides igual que les cards de l'aplicació. D'icones estaran les d'activitats que es mostraran en vermell i grans, les del menú principal, encerclades i sense fons i per últim les secundàries per acompanyar text com temps o punts,



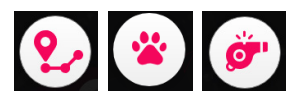
Exemple de card



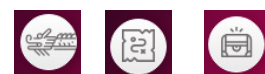
Exemple de cards estrades



Botons



Icones per activitats



Icones per menú



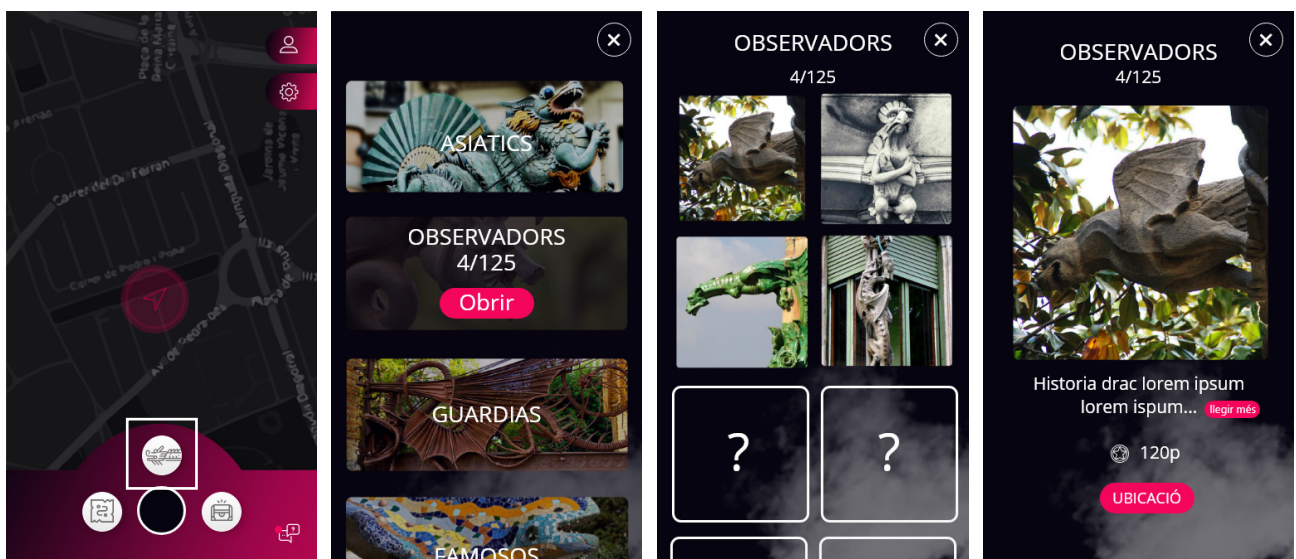
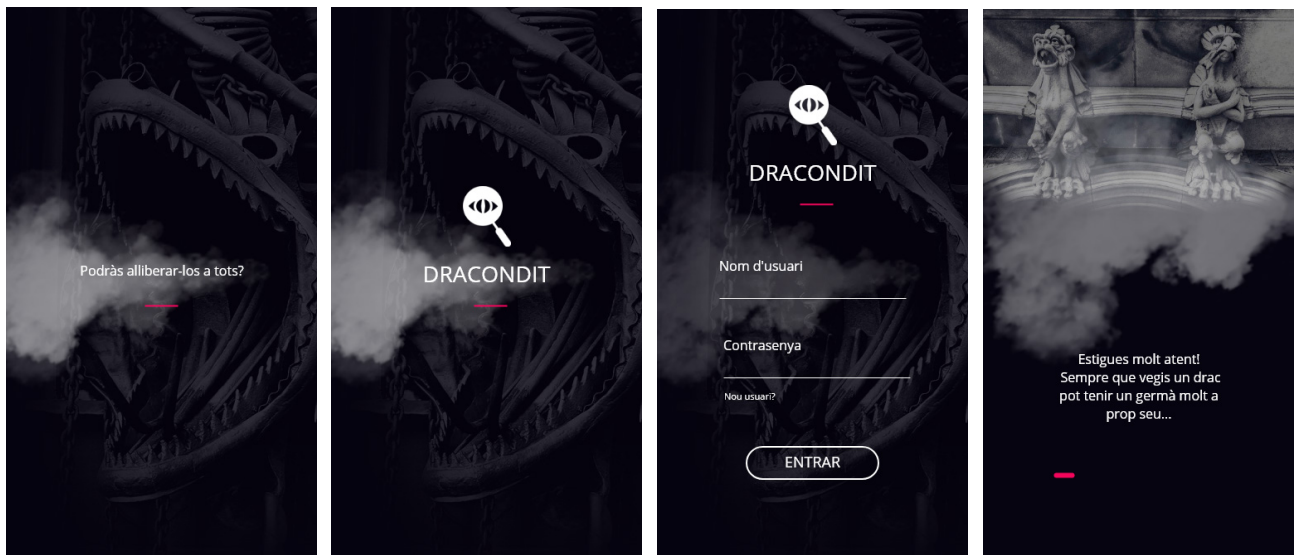
Icones secundàries

3. PROTOTIPATGE

Una vegada realitzats els Wireframes i la imatge corporativa podem passar a fer els prototips. El programa que s'ha escollit ha estat Adobe XD CC. Aquest programa és específic per a UI/UX design amb el qua es poden realitzar prototips amb pantalles connectades i mostrar les transicions.

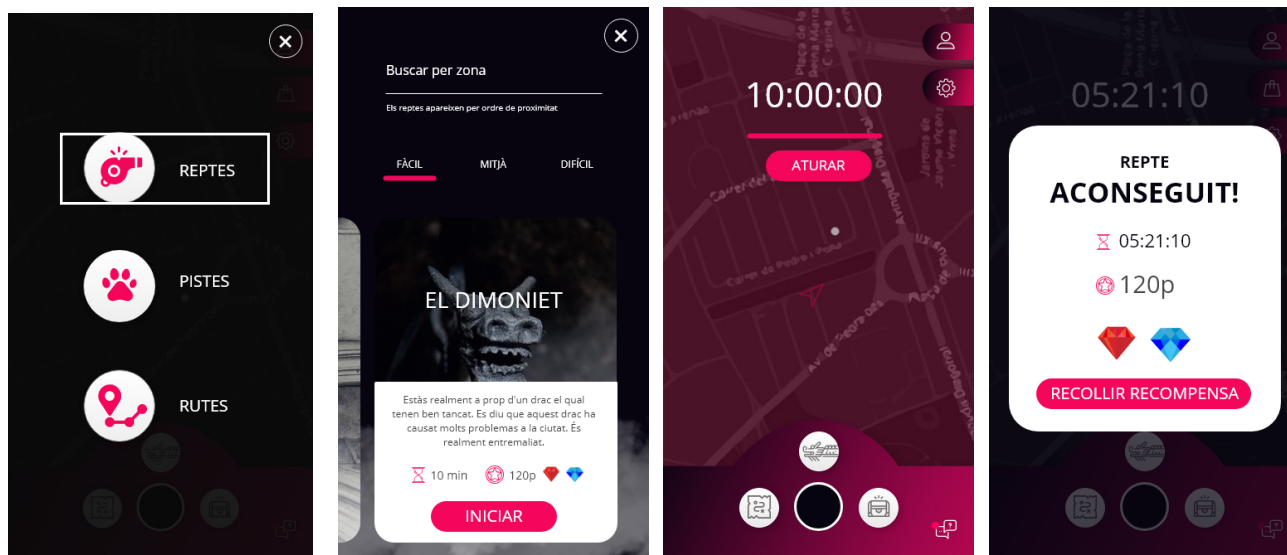
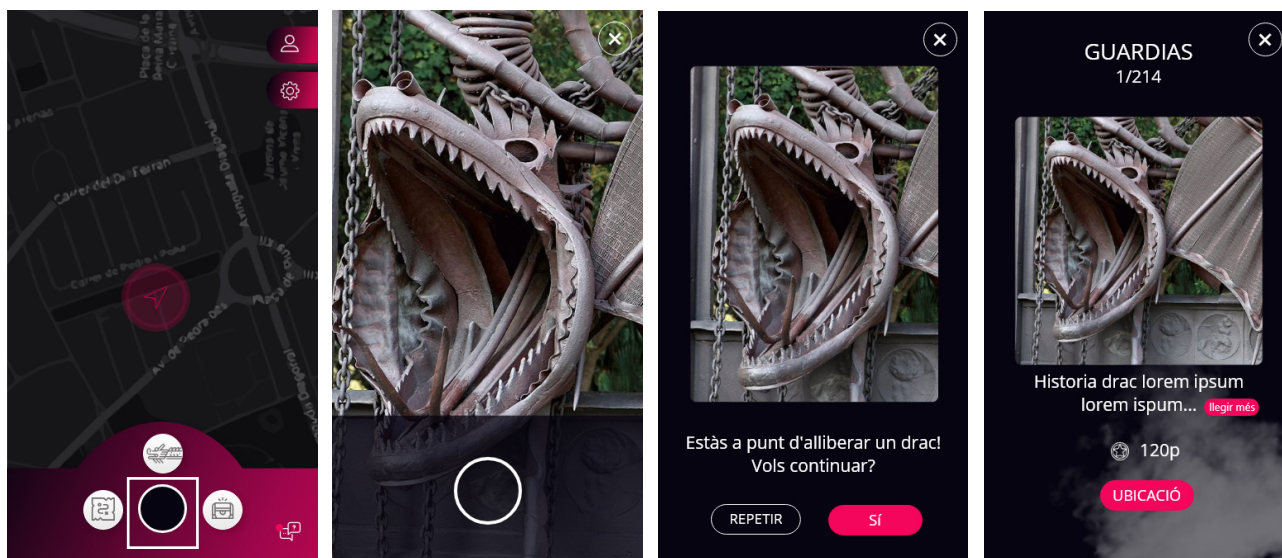
En els arxius adjunts mostro un vídeo amb la navegació de l'app i les seves transicions.

Primer, apareix l'inici amb temps de càrrega. Allà sempre sortiran consells per al joc. Després mostro la navegació per al botó dracs, el qual, primer apareixen les categories amb scroll. Al clicar a sobre d'un surt la quantitat. Si es torna a clicar a sobre va a la finestra de la col·lecció, tot mostrant les fotos realitzades. I d'allà, apareix la informació e cada un al clicar a sobre.



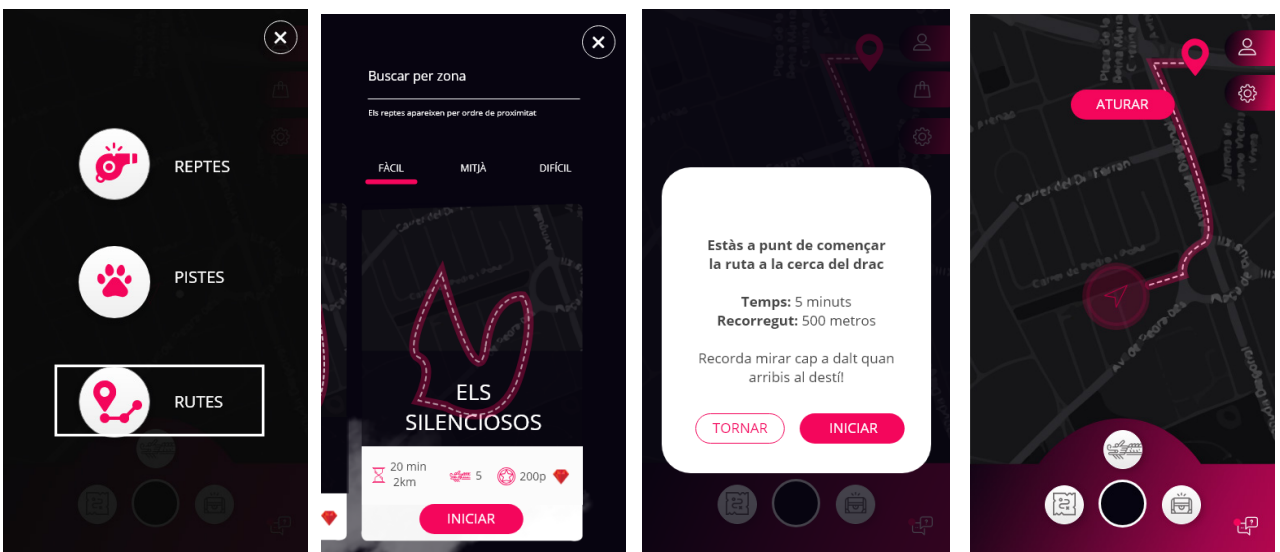
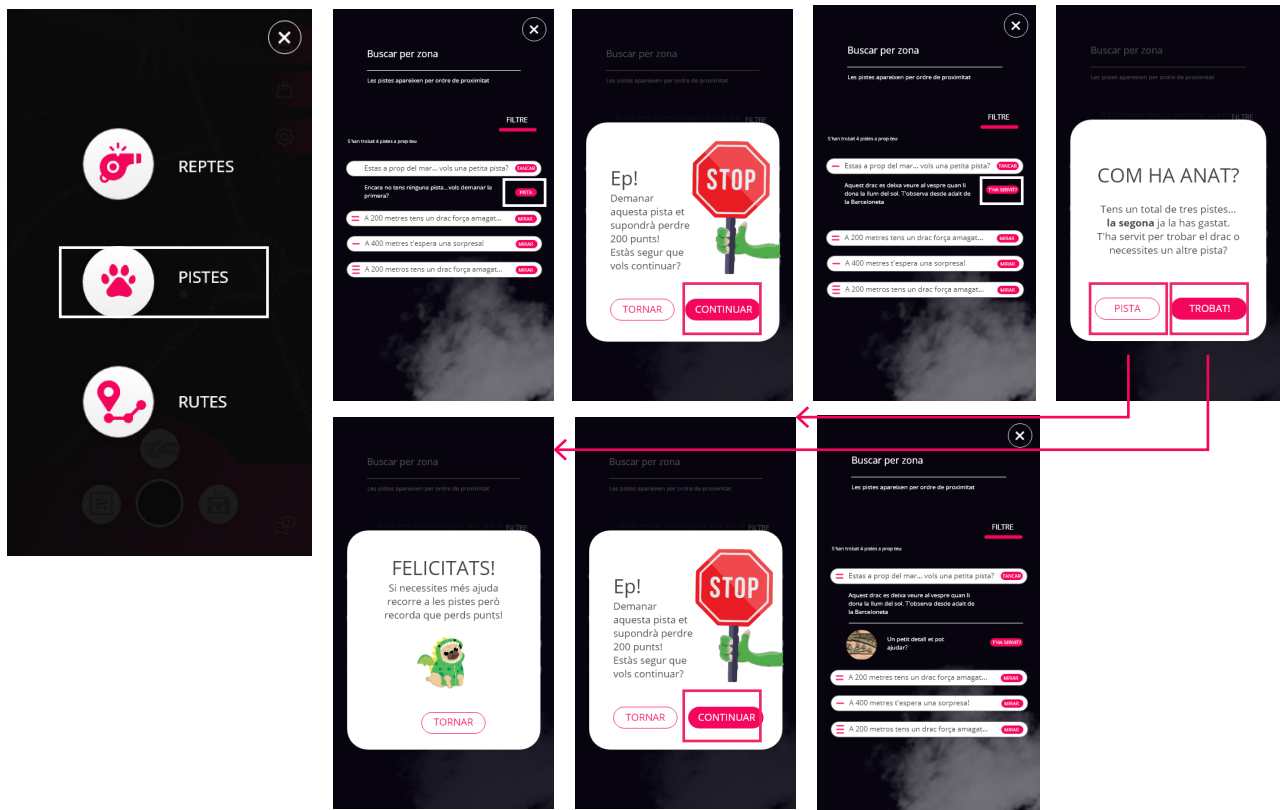
Aquí es mostra el botó d'alliberar. En clicar vas a fotografia, es realitza i directament va a la informació del drac alliberat captant els punts establerts.

A sota, la finestra de reptes. Aquests apareixen amb filtre de dificultat i en orde de proximitat per geolocalització. Cada repte és una card que es canvia amb slide a la dreta i a l'esquerra. Al clicar a sobre, s'aixeca la informació i el botó a iniciar. Aquest inicia el repte amb la pantalla principal del mapa amb vermell i amb el temporitzador. Una vegada aconseguit, apareix en forma de card amb pop up la recompensa a recollir.



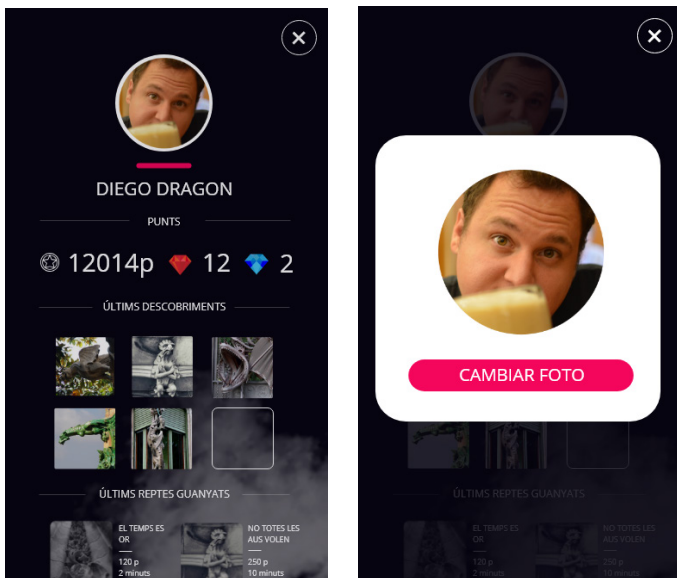
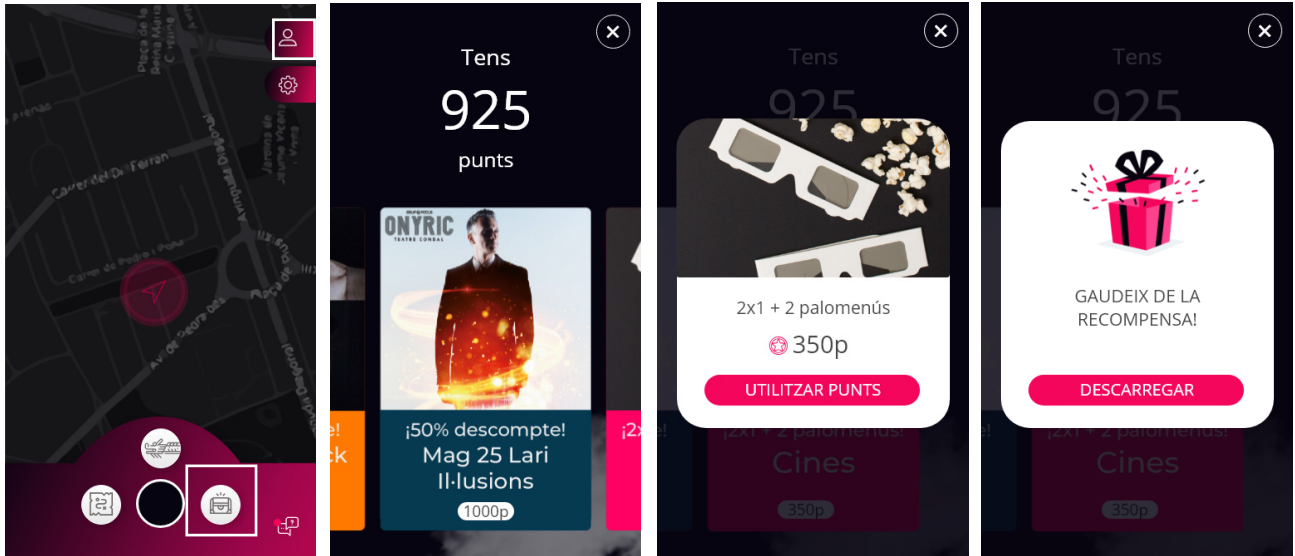
A la finestra de pistes. Es mostra molt millor el funcionament al vídeo adjunt amb els arxius. Aquí és mostra les caselles també per ordre de proximitat. Cada vegada que agafes una pista, es mostra una ratlla a l'esquerra. Així fins a tres. Es pot filtrar per número de pistes i per pistes completes. Quan s'accepta una pista, es perden punts, per això és molt important que s'avisi abans d'avançar.

Després es mostren les rutes. El sistema de navegació és igual que el de reptes i aquest al iniciar, obra la pantalla inicial amb la ruta mostrada.



Aquí es mostren en primer lloc, la secció de trofeus amb la qual, es mostren en format scroll les diferents ofertes amb la informació. En clicar a la card s'obra l'opció d'utilitzar punts. A l'utilitzar-los pots descarregar el descompte.

Després es mostra la pantalla de perfil. Aquesta ofereix el nom i la imatge de perfil, els punts, els últims dracs alliberats i totes les estadístiques en general.



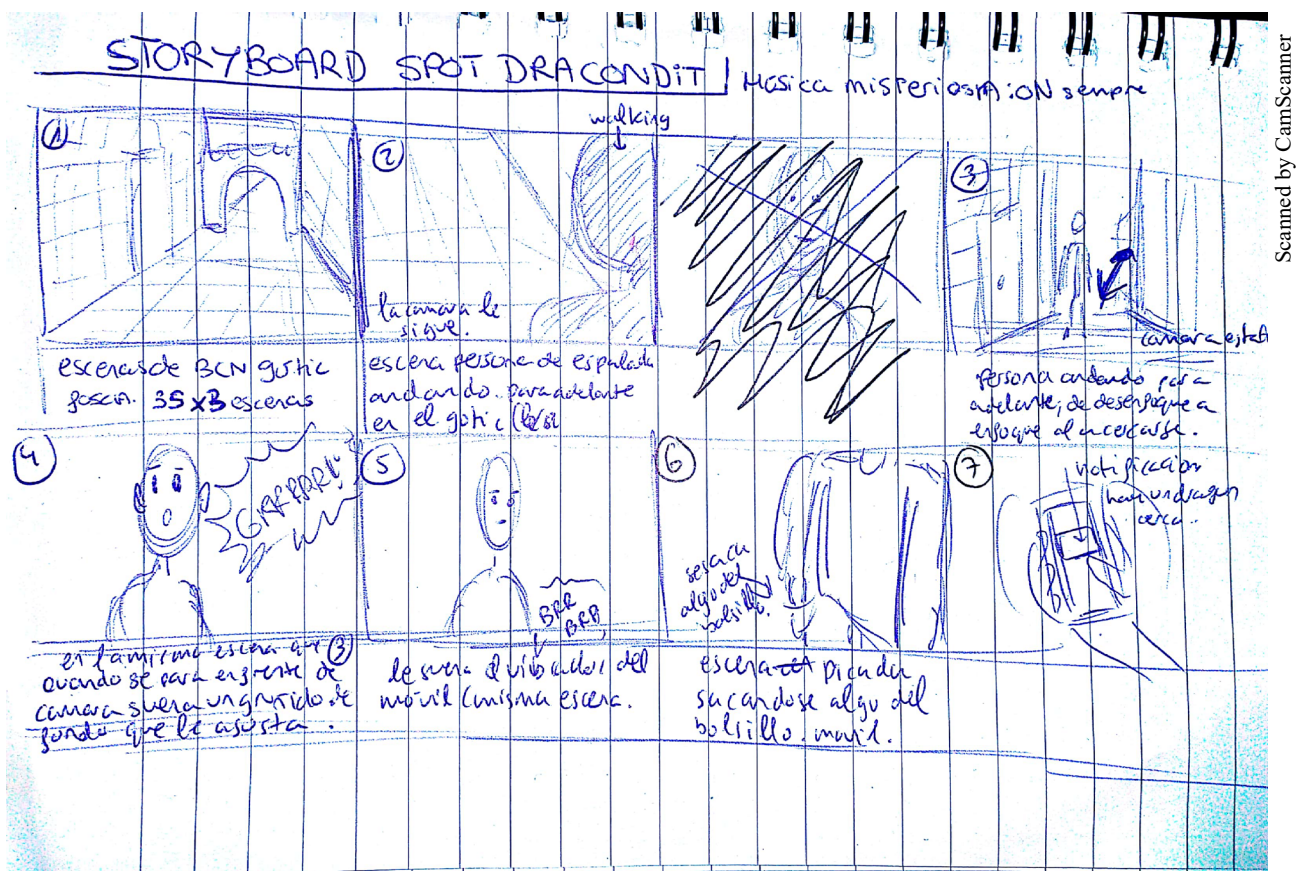
4. VÍDEO PUBLICITARI

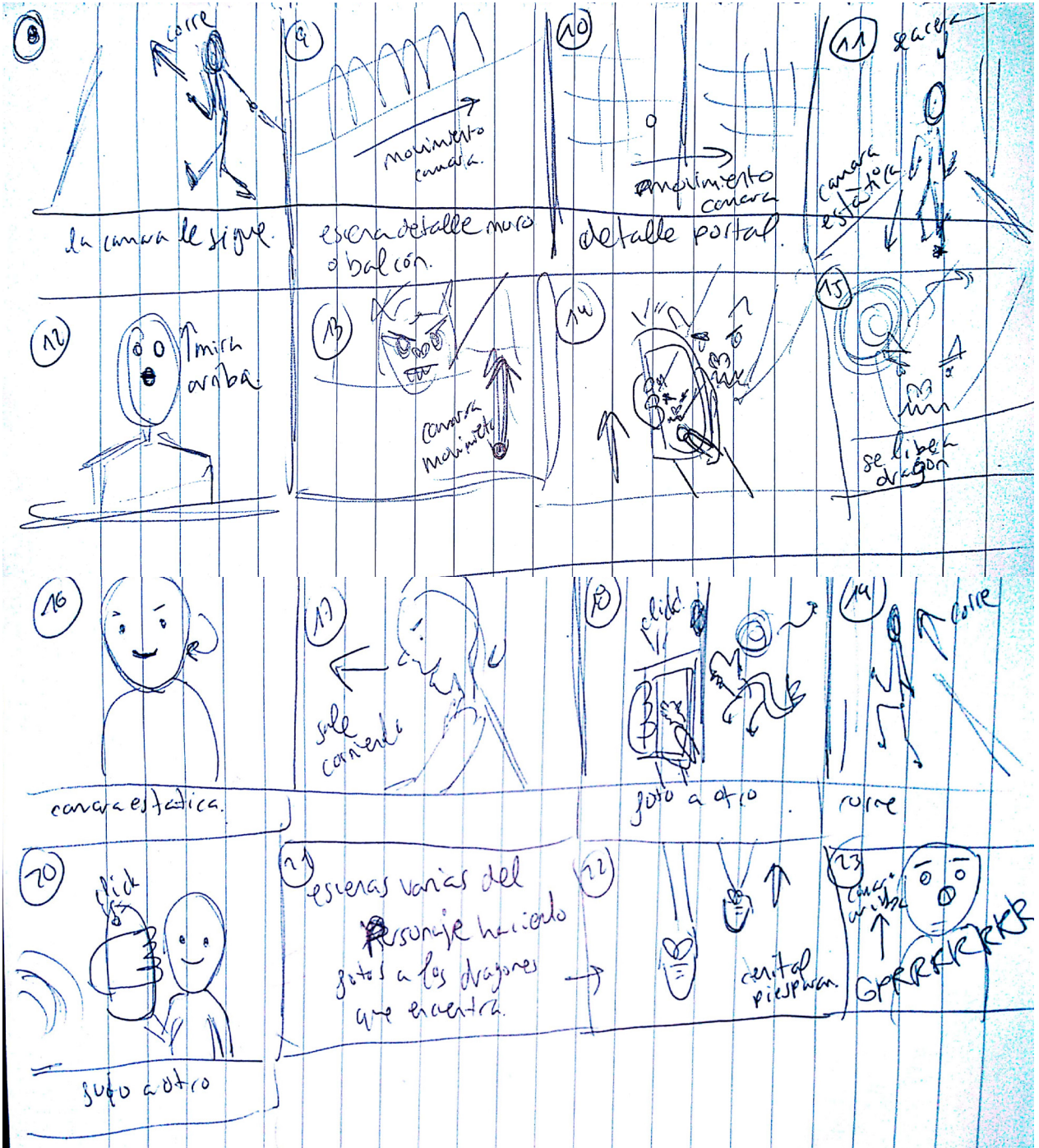
4.1 STORYBOARD

En aquesta part del projecte només mostro el Story Board del vídeo que es vol realitzar. La idea és fer un spot on aparegui un protagonista que està per al gòtic de Barcelona. Inicia les escenes del gòtic i presenta a aquest protagonista caminant pels carrers. De sobte, aquest és sorprès per un petit grunyit. El mòbil comença a vibrar, l'agafa i apareix una notificació a mesura que un drac necessita ajuda i està molt a prop seu. Guarda el mòbil i surt corrents. Es mostren escenes de detalls d'arquitectura de Barcelona del gòtic.

A continuació, el protagonista deixa de córrer i es troba un drac. Li fa una foto, i aquest que ha alliberat.

El rostre del protagonista canvia i somriu amb ganes de continuar amb la cerca. Ara apareixen un seguit d'escenes d'ell corrents per Barcelona mentre va fent fotos dels diferents dracs fins que de sobte, topa amb un de gegantesc i queda sorprès. El drac de Sants. Això com a fi d'escena.



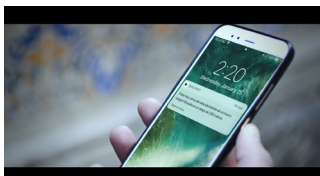


4.1 REALITZACIÓ DEL VÍDEO

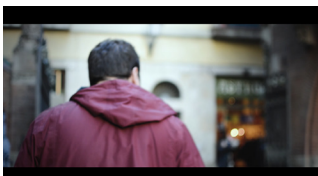
El vídeo s'ha realitzat amb una càmera Nikon 5300 D alternant amb dos objectius. Un de 35mm sobretot per a escena amb trípod, ja que no te estabilitzador, però serveix sobretot per jugar amb els desenfoc d'objectes en segon pla. Com per exemple, quan el personatge s'apropa a la càmera. L'altre objectiu és un 18/55 mm. Bàsic per fer les escenes dels dracs per exemple, o l'última amb el drac sencer, ja que és més angular.



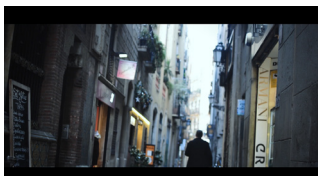
L'usuari s'acosta a càmera, sent vibrar mòbil i l'agafa. Objectiu 35mm, càmera estàtica.



Surt notificació (mock up).⁴ Objectiu 35mm, càmera estàtica.



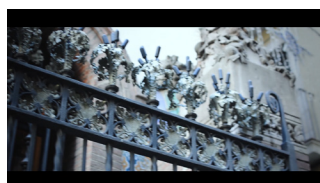
L'usuari marxa de la càmera Objectiu 35mm, càmera estàtica.



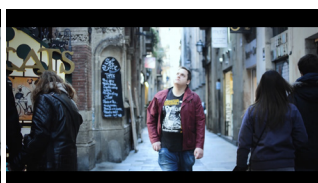
Escena carrer de Barcelona Objectiu 35mm, càmera ascendent.



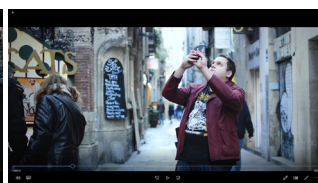
Escena detall de Barcelona Objectiu 35mm, càmera moviment lateral.



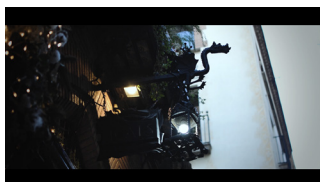
Escena detall de Barcelona Objectiu 35mm, càmera moviment lateral.



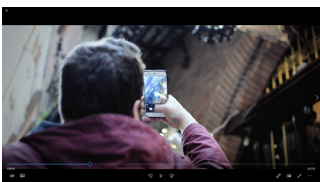
L'usuari s'acosta a càmera, agafa mòbil i s'escolta so de drac. Objectiu 35mm, càmera ascendent.



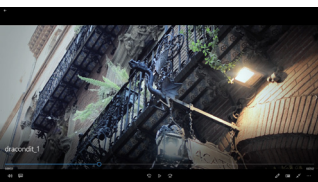
Pertany a anterior.



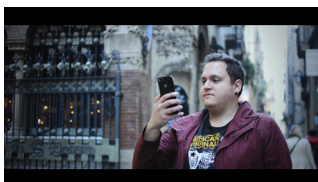
Pertany a anterior. Al pujar càmera apareix el drac.



L'usuari fa foto del drac. Objectiu 35mm, càmera ascendent.



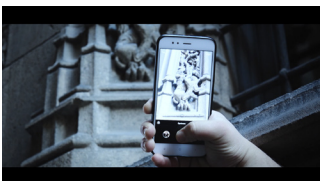
Pertany a anterior. Al pujar càmera apareix el drac.



L'usuari marxa de la càmera Objectiu 35mm, càmera estàtica.



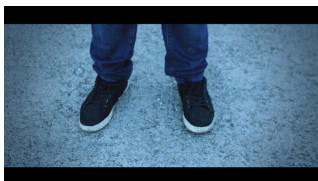
Escena detall de dracs variats Objectiu 18mm, càmera estàtica.



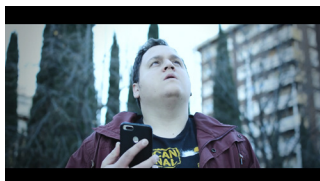
Escena detall de dracs variats fen foto Objectiu 18mm, càmera estàtica.



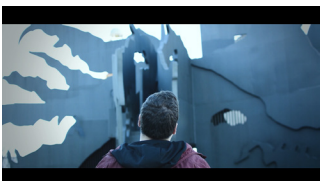
L'usuari marxa de la càmera Objectiu 55mm, pla ascendent.



L'usuari apareix a la càmera en pla picat. So de drac. Objectiu 18mm, càmera ascendent.



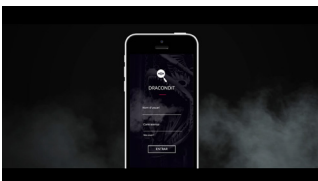
Pertany a anterior.



L'usuari apareix d'esquenes. So de drac. Objectiu 35mm, càmera ascendent.



L'usuari apareix en un gran pla general Objectiu 18mm, càmera estàtica.



Mock up aplicació amb les diferents funcionalitats.

⁴Aquest pla s'ha fet estàtic amb trípod però al vídeo s'ha agafat una imatge perquè fer un mock up amb vídeo és força complex ja que es necessita un programa especial.

Respecte a l'edició de vídeo, s'han realitzat un total de 2 minuts d'espots aproximadament i 1 minut que s'ha deixat al final per mostrar l'aplicació.

Les bandes que apareixen dalt i abaix són per mostrar un aspecte més cinematogràfic a més de modificar el color ambiental de les escenes. S'ha aplicat un filtre personalitzat amb el qual, s'ha donat fosc a les cantonades de manera molt tènue, s'ha ressaltat el contrast, l'exposició i s'ha donat un toc més fosc per tal de posar en el clímax de misteri i fosc a l'usuari.

A més, l'espots està acompanyat d'una música ambiental extreta gratuïtament i amb tots els permisos de *SoundCloud*³. S'ha intentat en tots els aspectes que el ritme de la música, quadri amb la manera com apareixen les escenes i així, aconseguir millor endinsament de l'espectador.

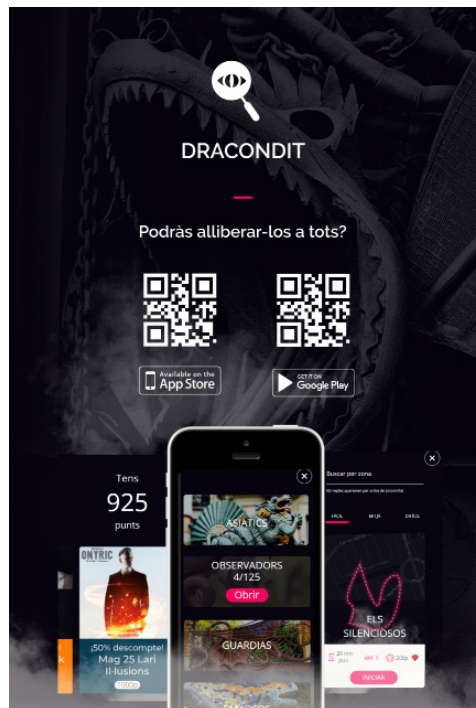
Per últim esmentar com els sons que s'han afegit a part han estat, la vibració del mòbil al principi i després el so del drac. El primer més tènue en tractar-se d'un drac petit i l'últim amb més ferocitat.



³ <https://soundcloud.com/discover>

5. PUBLICITAT MUPI

Com a exemple de publicitat s'ha realitzat la següent mostra per a un MUPI a la ciutat de Barcelona. La publicitat de l'aplicació en general tindria aquesta estètica. Fons fosc amb mock up d'exemple amb la funcionalitat de l'aplicació. Logotip i eslògan. El fum que apareix com a detall, també és important, ja que dins de l'aplicació sempre està present. En aquest cas, el codi QR estaria per a dos, ja que estaria l'enllaç de iOS i el de Android.



6. LENGUATGES DE PROGRAMACIÓ I APIS UTILITZADES

Les aplicacions utilitzades han estat principalment de *Adobe Creative Cloud*.

- Tenim *Photoshop* per a la realització de diferents imatges com a mock up o la mateixa edició i reducció del pes de les imatges.
- *Adobe Illustrator* per al disseny de diferents imatges de l'aplicació com les cards o les icones. També s'ha utilitzat per realitzar el disseny del mapa de navegació i els *wireframes*.
- *Adobe XD* ha estat l'escollida per a la realització del prototip en base dels *wireframes*. Aquesta eina és la més nova de *Adobe Creative Cloud* i és molt intuïtiva d'utilitzar per ser de la mateixa família. Serveix per fer prototips i poder connectar cada una de les pantalles poden interactuar amb transicions i animacions en clicar els botons.

Aquestes tres aplicacions han estat les escollides perquè són amb les que em sento més còmode a més de ser molt bones en cada una de les seves utilitats.



CAPÍTOL 4

Demostració



1. VIDEO TEST

S'ha realitzat una tet d'usabilitat el qual s'ha gravat amb Adobe Xd. Aquest es mostrarà amb el nom d'arxiu test.mp4 entre els arxius atorgats.

Mostra com es pot navegar dins l'aplicació amb els diferents botons i veure així la transició entre les pantalles.

Primer de tot, es mostra l'inici de l'aplicació, a continuació, entrem al menú d'activitats, on es van ensenyant per ordre cada una d'elles. Després, la secció de dracs amb la col·lecció dels dracs observadors. Tot, seguit, la secció de trofeus, mostrant els descomptes que no es poden aconseguir per falta de punts i el que sí.

A continuació el botó de fotografia al centre, i es veu com el fet de fer una fotografia d'un drac connecta amb la secció de la col·lecció de dracs.

Per últim, l'usuari i el seu perfil, on es veu simplement com es pot modificar la fotografia d'avatar. l'altra informació és resum de l'activitat actual de l'usuari.

Per part de la planificació, s'han arribat a complir els objectius establerts des d'un inici tenint en compte el calendari però en alguna ocasió, s'ha hagut de variar aquesta interpretació. Per exemple, és el cas de l'entrevista a Josep Martínez la qual, es va tenir en compte per a la primera entrega però fins a la tercera no es va poder complir. Però pel que fa al compliment de totes les activitats proposades, s'han aconseguit complir totes.

CAPÍTOL 5

Conclusions i línies de futur



1. CONCLUSIONS

Una vegada arribats aquí, podem concloure el projecte explicant com l'aprenentatge que ha suposat aquest ha estat força gratificant pel simple fet d'haver estat un treball realitzat totalment al meu gust, amb una temàtica que realment m'agrada molt. Amb això, he pogut planificar una aplicació des d'un inici, buscant la millor manera de centrar la idea i convertir-la en realitat gràcies a un previ estudi i seguint unes bones pautes de disseny per arribar al final.

Així i tot, cal dir que al resultat final li han quedat uns petits detalls per concloure com és el cas de tenir idees que no s'han arribat a plasmar o a veure realment acabades com és el cas de fòrum com a funcionalitat de l'aplicació. També, s'han tingut idees vàries com el fet que dins del mapa no només s'hagin de trobar dracs sinó que es trobin objectes que ajuden a avançar en l'aplicació com per exemple ous de drac o rastres que donin tant punts com pistes. Serien diferents funcionalitats que es poden arribar a desenvolupar molt més per augmentar la interactivitat amb l'usuari.

Per part de la planificació, s'han arribat a complir els objectius establerts des d'un inici tenint en compte el calendari però en alguna ocasió, s'ha hagut de variar aquesta interpretació. Per exemple, és el cas de l'entrevista a Josep Martínez la qual, es va tenir en compte per a la primera entrega però fins a la tercera no es va poder complir. Però pel que fa al compliment de totes les activitats proposades, s'han aconseguit complir totes.

2 LÍNIES DE FUTUR

Realment, l'entrevista amb l'autor de Drakcelona va ser molt enriquidora per tal de continuar endavant. Li va agradar molt la idea de realitzar l'aplicació a la realitat però, així i tot, s'han de pensar en moltíssimes més coses a part de lo realitzat en aquest projecte. El cost de realització i manteniment, per exemple, ja és un fet complicat d'organitzar. Però en un futur es pot valorar.

Després, com ja s'ha comentat, l'aplicació pot tenir moltes més funcionalitats quan es poden pensar i explotar com l'explicada anteriorment sobre els objectes que es van trobant en el mapa. Una manera de fer-la més interactiva a l'usuari.

Tema disseny, es poden mirar de fer retocs en les transicions i en el disseny en general per tal d'aconseguir una millor experiència d'usuari.

Però en general, la feina ha estat bastant avançada amb les idees que s'han anat desenvolupant al llarg del projecte.

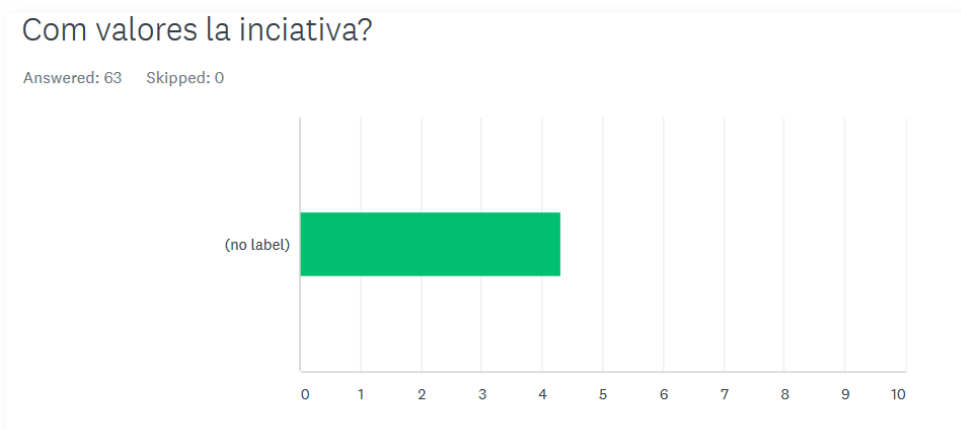
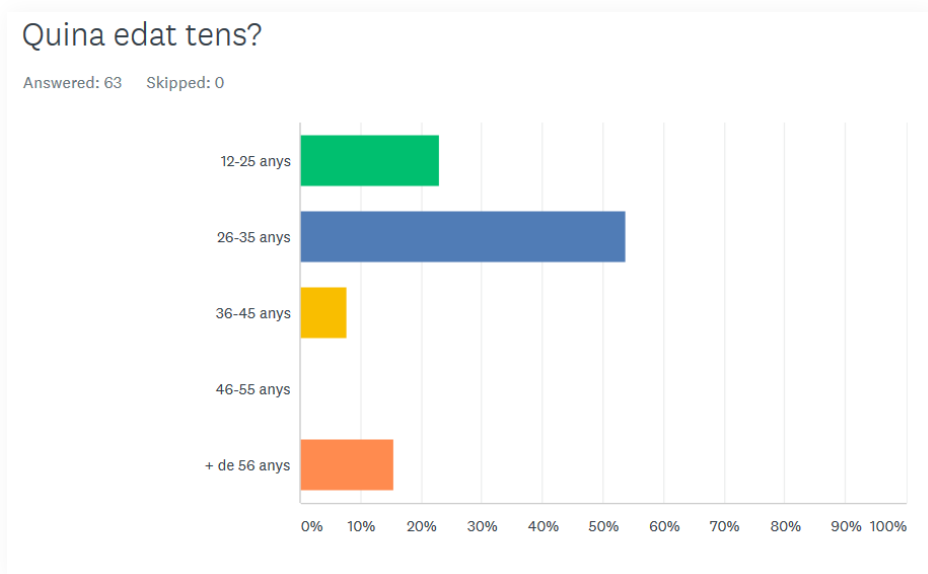
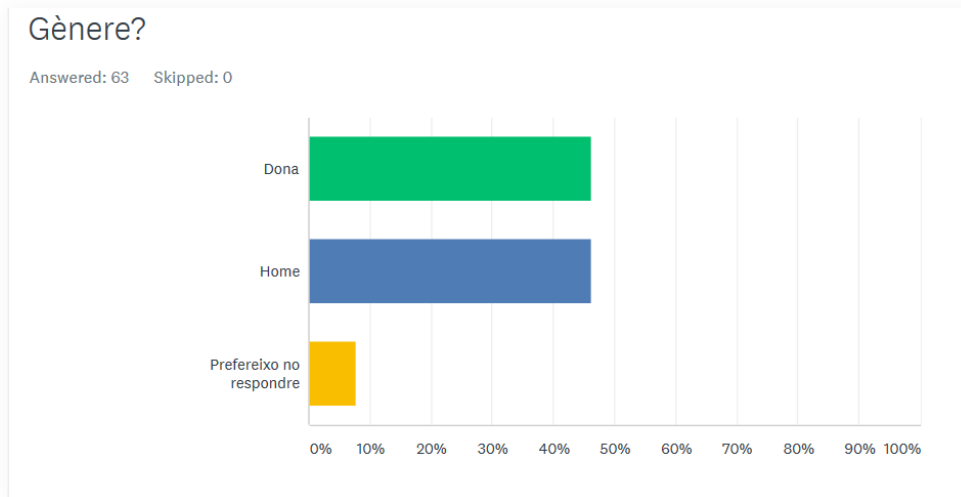
BIBLIOGRAFIA

- [1] **Article blog:** Elena Ruiz (23/03/2017). Article recuperat de <https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/barcelona-ciudad-de-mil-dragones/10386>
- [2] **Article blog:** La Vanguardia (22/04/2017). Article recuperat de <https://www.lavanguardia.com/cultura/20170422/421871323997/sant-jordi-dragones-barcelona.html>
- [3] **Article blog:** Verónica Viñas (17/04/2008). Article recuperat de http://www.diariodeleon.es/noticias/cultura/ruiz-zafon-barcelona-es-ciudad-dragones-yo-soy-uno-ellos_380499.html
- [4] **Article blog:** raona.com (31/10/2017). Article recuperat de <https://www.raona.com/aplicacion-nativa-web-hibrida/>
- [5] **Web:** Pokemon Go: <https://www.pokemongo.com/es-es/>
- [6] **Article blog:** Elisabet Gómez (21/10/2013). Article recuperat de <http://www.barcelonacityblog.com/2013/10/21/dragones-en-barcelona-drakcelona/>
- [7] **Article blog:** Pedro Moya (09/10/2015). Article recuperat de <https://elandroidelibre.elespanol.com/2015/02/google-maps-cumple-10-anos-historia-y-evolucion.html>
- [8] **Article blog:** Ana Mecadé (09/07/2015). Article recuperat de <https://www.deustoformacion.com/blog/marketing-digital/aplicaciones-con-geolocalizacion-que-debes-conocer>
- [9] **Article blog:** Ricard Martín (20/10/2017) Article recuperat de <https://www.timeout.es/barcelona/es/que-hacer/los-dragones-de-barcelona-donde-encontrarlos>
- [10] **Article blog:** MÓNICA TUDELA (07/12/2013). Article recuperat de <https://www.elperiodico.com/es/videos/barcelona/drakcelona-los-mil-dragones-de-barcelona/2766673.shtml>
- [11] **Article blog:** Toni Noguera (23/5/2018). Article recuperat de <https://www.xatakamovil.com/aplicaciones/7-juegos-ios-android-para-salir-movil-calle-como-pokemon-go>
- [12] **Article blog:** Redacción EC (14/11/2018). Article recuperat de <https://elcomercio.pe/tecnologia/videojuegos/pokemon-go-mejora-realidad-aumentada-celulares-noticia-567411>
- [13] **Article blog:** Javier Lacort (10/07/2017). Article recuperat de <https://www.xataka.com/especiales/pokemon-go-un-ano-despues-que-fue-del-primer-gran-exito-de-la-realidad-aumentada>
- [14] **Article blog:** Frankie MB (09/11/2017). Article recuperat de <https://www.vidaextra.com/otros-generos/harry-potter-wizards-unite-quiere-ser-el-proximo-bombazo-de-los-creadores-de-pokemon-go>
- [15] **Article blog:** Hoja de Router (27/02/2017). Article recuperat de <https://www.traveler.es/experiencias/articulos/aplicaciones-viajes-juego-de-aventuras/10269>
- [16] **Article blog:** APPS4CITIZENS (20/07/2016). Article recuperat de <https://www.elperiodico.com/es/apps-para-el-ciudadano-comprometido/20160719/app-para-descubrir-ciudad-5277080>
- [17] **Article blog:** DeniseB (03/02/2015). Article recuperat de <https://socialcitykids.com/kamino-app-is-a-must-have/>
- [18] **Web:** Portfoli de Matt Thompson: https://dribbble.com/Matt_Thompson
- [19] **Web:** Portfoli de Anton Skvortsov: <https://dribbble.com/AntonSKV>
- [20] **Web:** https://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0
- [21] **Estadística:** <https://es.statista.com/grafico/9514/el-sector-de-los-videojuegos-el-de-mayores-ingresos/>
- [22] **Article blog:** Guadalupe Moreno(23/5/2017) Article recuperat de https://www.amic.media/media/files/file_352_1289.pdf
- [23] **Article blog:** @lgarcia - <https://www.40defiebre.com/aso-seo-apps>
- [24] **Article blog:** Alicia Ro (1 mayo, 2018) Article recuperat de <https://aulacm.com/estrategias-marketing-mix/>
- [25] **Article blog:** Ernesto Jiménez · (3 julio, 2014) Article recuperat de <https://www.ernestojimenez.net/art/tipografia-web-responsive-tamano-interlineado/>
- Video:** <https://www.youtube.com/watch?v=4ZutAaSTVqg>
- Video:** <https://www.youtube.com/watch?v=p6nFxd2UvFc>

ANNEXOS

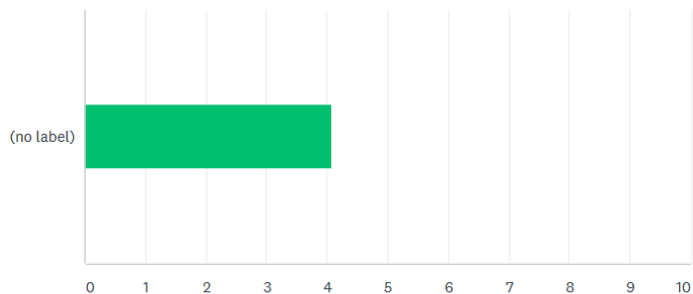
ANNEX 1: ENQUESTES

Aquestes són les gràfiques amb el resultat de l'enquesta amb cada pregunta per ordre.



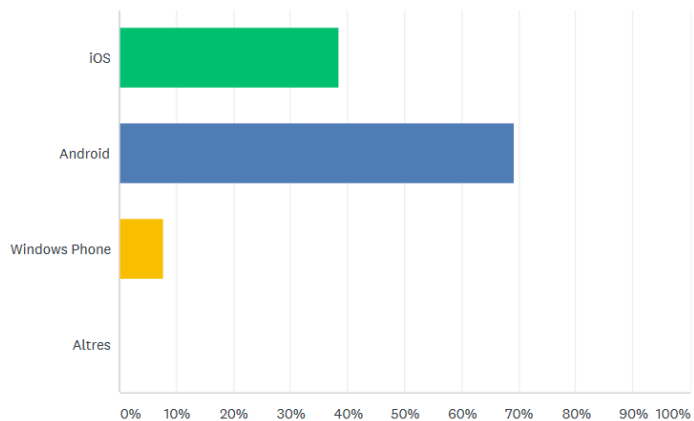
Com de dispost/a estaries a descarregar-la? (app gratuïta)

Answered: 63 Skipped: 0



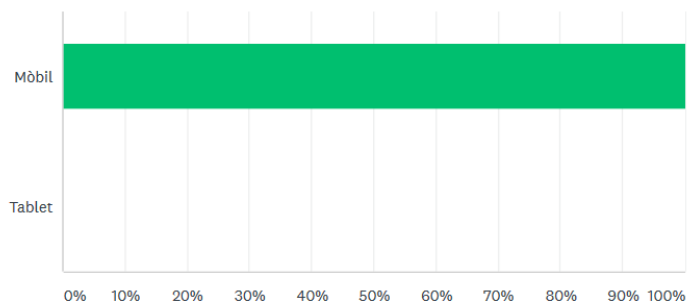
Quin sistema operatiu acostumes a utilitzar?

Answered: 63 Skipped: 0



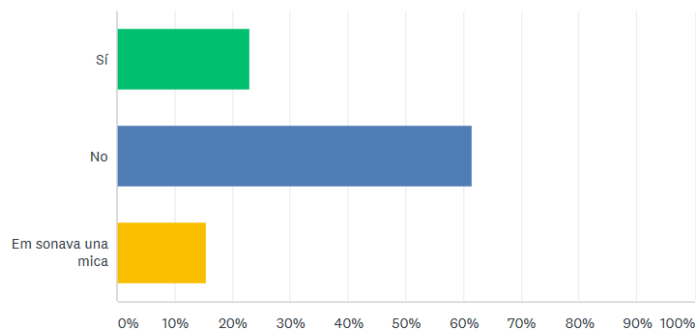
Des de quin dispositiu?

Answered: 63 Skipped: 0



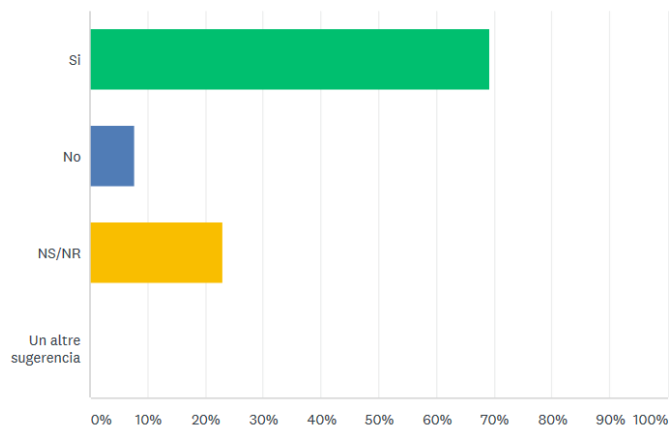
Sabies que Barcelona és la ciutat de dracs i que s'amaguen més de 1000?

Answered: 63 Skipped: 0



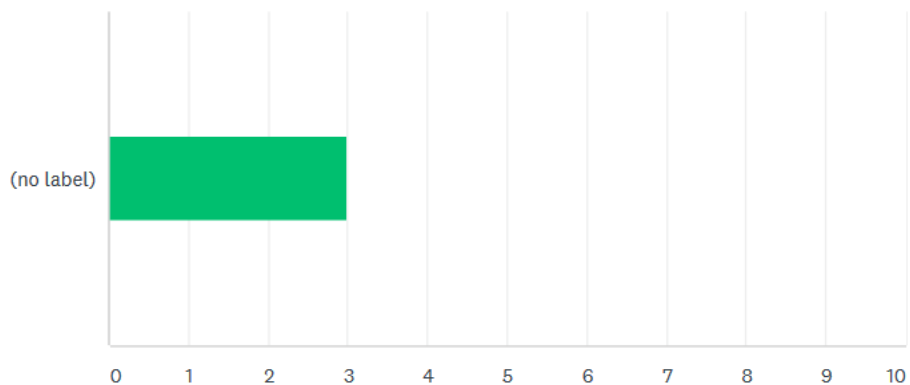
En cas que t'interessi la idea t'agradaria descobrir-los per tu mateix a base de reptes, rutes i pistes en temps real?

Answered: 63 Skipped: 0



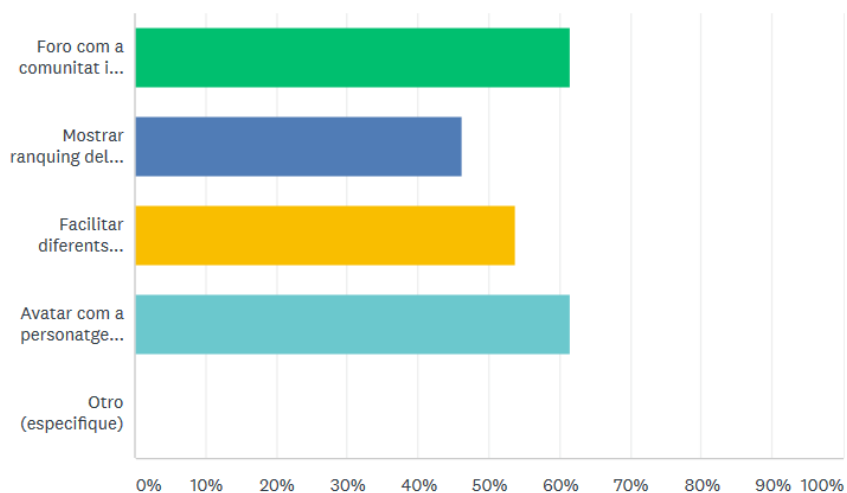
Et motiva molt la idea de guanyar punts per aconseguir descomptes?

Answered: 63 Skipped: 0



Per últim, creus que hauria de tenir si o si alguna de les següents funcions?

Answered: 63 Skipped: 0



RESULTATS DE L'ENQUESTA

L'enquesta s'ha realitzat per tal de conèixer i valorar els objectius que es tindran a la hora de realitzar la app en base de les necessitats que presentin els usuaris. L'enquesta ha estat dirigida a un públic de totes les edats per tal de veure les opinions de cada un i valorar-ho segons la generació. Tots situats a la ciutat de Barcelona, i residint fora però vinculats a la ciutat ja que poden venir sovint. Gràcies a aquesta enquesta s'han pogut obtenir les següents conclusions:

Les persones joves d'entre 15 a 35 anys han respost positivament a l'enquesta especificant que és del seu interès i que la descarregarien. La majoria d'usuaris han marcat la casella mòbil com a dispositiu principal, amb un percentatge molt baix per a la tablet. I com a sistema operatiu Android com a majoria. Tot i així, iOS no es queda enrera per aquest motiu no es descartaria el desenvolupament per a les dues plataformes. Windows i altres, respectivament, no seria prescindible ja que la resposta per aquesta casella ha estat nula.

Respecte al coneixement sobre els dracs que es troben per tota Barcelona, m'ha sorpres bastant per el simple fet de ser un percentatge més baix de lo que m'esperava als de la generació jove. En part, és un punt positiu ja que al tractar-se d'un tema desconegut per a ells pot arribar a ser una novetat i crear molt interès. Per al contrari, als de la franja d'edat d'entre 36 cap a d'alt, sí coneixien de sobres que Barcelona és la ciutat dels dracs, d'aquí que el percentatge de menys interès per a descarregar-la sigui més alt per a ells.

Llavors, ens centrariem en un públic més jove a la hora de dissenyar la interfàs de l'aplicació i de crear les funcionalitats. Tot i així no es descarta en ningun moment el públic més adult, però es tindà en conta aquest principi.

La resposta que s'ha tingut per part dels descomptes ha estat bastant ben valorada com s'esperava. El simple fet de guanyar punts per a descomptes culturals a la ciutat de Barcelona pot ser un gran incentiu a jugar. Encara i això, per part dels joves, s'ha respost de manera majoritaria que és un punt positiu però tampoc seria el motiu principal per a descarregar l'app. Els hi crida més l'atenció el joc en sí i descobrir els secrets de Barcelona que no pas els descomptes que puguin generar. Per part dels adults, el mateix. No és el punt principal per el qual descarregar.

La pregunta sobre funcionalitats que veuen que poden estar molt bé, tothom ha respost gairebé totes. Les que més han guanyat han estat el foro, votat per tothom.

L'enquesta ha estat realitzada amb SurveyMonkey.³

³ <https://www.surveymonkey.com/dashboard/>

ANNEX 2: ENTREVISTA

Vaig tenir l'oportunitat de parlar amb en Josep Martínez, un enamorat dels dracs que va començar la búsqueda de tots ells per tota Barcelona i que una vegada trobats més de mil, encara segueix la cerca.

És l'autor de Drakcelona, un llibre que recopila 500 dracs fotografiats.

Em va explicar moltes anécdotes que va tenir durant tota la història amb els dracs, com per exemple, ell anava molt a la cafeteria dels 4 gats i fins que no li va dir un amic, no es va asseventar de que allà mateix, havia un drag gegant a la pared del costat. O un altre anécdote com el Pròleg que li va escriure Carlos Ruiz Zafón, autor també vinculat als dracs de Barcelona.



Josep Martínez autor de Drakcelona



Primera edició Drakcelona

Em va explicar com l'aplicació que tenien es va anar deixant per motius varis però sempre ha volgut continuar el projecte amb moltes ganes. Aquesta aplicació et mostrava diferents rutes amb la ubicació exacta del drac i la informació d'aquest. Es tractava d'una aplicació realment senzilla i a la hora d'explicar-li la meva idea, realment es va sentir sorprès per la coincidència d'idees que teniem. Com per exemple, la idea de fer un joc col·leccionable dels dracs, la ubicació per geolocalització fins i tot, l'obsequi pertrobar als dracs.

Ell, tenia una idea com a obsequi quan van treure l'app. I era que quan algú aconseguís trobar tots els dracs d'una ruta, aquest seria premiat amb una figura petita del drac en miniatura.

Després d'això, una de les preguntes va ser, si després de treure el llibre, sortir a la premsa i fer una campanya sobre Drakcelona la gent es va interessar més per els dracs de Barcelona. La resposta va ser que sí. Es va sorprendre de com la gent ho va rebre molt positivament a través de les xarxes socials i contactant directament amb ell.

Tot i així, es mostra una mica decepcionat explicant que la gent viu molt ràpid i no te temps de parar-se i curiosejar però, els dracs sempre estaràn allà. Sempre hi haurà temps de crear aquesta curiositat.

Una vegada explicat això. Em va estar parlant sobre la història d'aquests dracs. Aquests són símbol a pràcticament tot el món. Anglaterra, Xina... es tracta d'un animal fantàstic, màgic que sempre ha estat a les històries de totes les èpoques, sempre ha acompanyat com a animal ferotge. A Barcelona, trobarem dracs de totes les èpoques col·locats a portes, entrades, als balcons... tot com a símbol de protecció, com si es tractessin de guardes que protegeixen les entrades.

A partir d'aquí, m'ha explicat trucs per a trobar aquests dracs. Segons ell, ja ho té bastant fàcil amb tants anys d'experiència, sap quan hi ha un drac aprop. Diu que normalment van en parella. Si es veu un, moltes vegades pot tenir un al costat o fins i tot, m'ha explicat que depenent del tipus d'arquitectura d'una casa, pot ser intuïtiu trobar un drac.

Finalment, vam parlar sobre els colors i el disseny de Drakcelona fet per ell mateix. En un principi els colors eren negre i vermell per ser molt representatius del drac, tal i com jo m'he decidit. Però actualment ha canviat aquests colors a groc i negre per el motiu que el groc, segons m'ha explicat, representa molt més Barcelona. Els taxi mateixos són grocs i negres, i són un color molt vinculat a la ciutat. Jo de moment, em decanto per la primera elecció ja que em sembla més idònea per als dracs i la idea de foscor i misteri.

La tipografia es va decantar en un principi per una que fós molt clàssica i ornamental com el mateix logotip però més endavant, va passar a una tipografia més moderna de pal sec.

I respecte al logotip, dissenyat per ell, tracta d'un drac ornamentat amb una senefa modernista que dibuixa amb el propi cos com si es tractés d'un drac camuflat en l'arquitectura de Barcelona. Realment em sembla molt bona idea.



Logotip Drakcelona dissenyat per Josep Martínez

En general, va ser una gratificant quedada per donar-me idees i inspirar-me en el projecte. Em va regalar dos dels seus llibres per poder-me inspirar encara més i tenir una biblioteca perfecta sobre els dracs de Barcelona.

Realment molt agrada.

ANNEX 3: ACRÓNIMS

DAFO: Debilitats, amenaces, Fortalesa i Oportunitats.

UI/UX: *User experience / User interface*

ASO: *App Store Optimization*

EEUU: Estats Units d'América

QR: *Quick Response code*

