

Identitat visual i disseny d'una app de venda de bentō

Memòria de Projecte Final de Grau

Grau Multimèdia

Àrea de Creació Gràfica

Autor: Maria Lorente Vilà

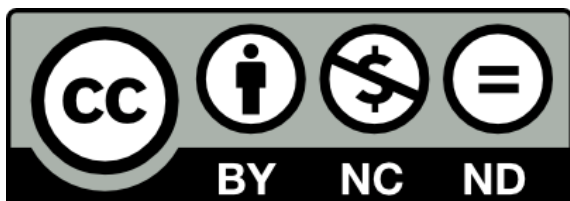
Consultor: Sergio Schvarstein Liuboschetz

Professor: Sergio Schvarstein Liuboschetz

17/06/2019

Copyright

La totalitat d'aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 Espanya (CC BY-NC-ND 3.0 ES) de Creative Commons.



Vostè és lliure de:

Compartir — copiar i redistribuir el material en qualsevol mitjà o format

El llicenciador no pot revocar aquestes llibertats mentre compleixi amb els termes de la llicència.

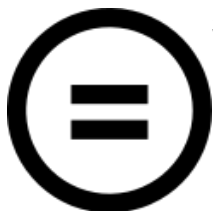
Sota les condicions següents:



Reconeixement — Ha de reconèixer adequadament l'autoria, proporcionar un enllaç a la llicència i indicar si s'han realitzat canvis. Pot fer-ho de qualsevol manera raonable, però no d'una manera que suggereixi que té el suport del llicenciador o el rep per l'ús que fa.



NoComercial — No pot utilitzar el material per a una finalitat comercial.



SenseObraDerivada — Si remescla, transforma o crea a partir del material, no pot difondre el material modificat.

No hi ha restriccions addicionals — No pot aplicar termes legals o mesures tecnològiques que legalment restringeixin realitzar allò que la llicència permet.

Cita

“Imagination is the beginning of creation. You imagine what you desire, you will what you imagine and at last you create what you will.”

- George Bernard Shaw

“La imaginació és el començament de la creació. T'imagines el que desitges, vols el que imagines i per fi crees el que vols.”

- George Bernard Shaw

Abstract

Dins de la nostra societat la gastronomia és un dels pilars bàsics, la qual pot ser trobada, per exemple, en les nostres cases, restaurants, llocs de menjar per portar i fins i tot en programes de cuina. Cada persona i qualsevol lloc gastronòmic té el seu propi estil, la seva pròpia idea del menjar i com expressar-lo. Poden ser principalment menjars saludables, creatius o ambdós aspectes, sent aquest últim tipus el que es troba majoritàriament en restaurants, sobretot si són de luxe, amb alta classificació gastronòmica o de llarga trajectòria, fet que pot arribar a ser limitat a un nombre de gent donat l'alt preu o la dificultat de poder tastar els menjars (agenda completa, situació geogràfica, etc.). La seva presentació pot arribar a ser tan exquisida que es podria menjar amb la mirada i/o sentir pena per haver de menjar-se-la. Però com he comentat, en aquests llocs s'hi troba LA majoria, és a dir, que hi ha l'oportunitat de poder accedir a aquest estil de gastronomia amb la mateixa qualitat i amb molta més facilitat econòmica i geogràfica. El Obento, Bentō o menjar preparat japonès per a portar és un exemple perfecte d'aquest fet.

El projecte té com a objectiu iniciar, amb la creació d'una nova empresa, la transmissió, la difusió de la venda de bentos, amb totes les combinacions i estils possibles, per encàrrec i pel seu local de venda. Els bentos estaran inspirats en els diferents estils japonesos, des dels més clàssics fins als decorats amb animals, personatges d'anime, manga i de videojocs.

Per a crear la nova marca de la venda de bentos s'ha desenvolupat, per una banda, el seu logo i la seva identitat visual corporativa per així poder posicionar-la en el mercat. D'altra banda, com que els bentos, un dels motius, per no dir el principal, són fets pels japonesos per després emportar-se'ls a les seves escoles o a la feina, també es vendran en línia mitjançant una aplicació mòbil, la qual m'encarregaré del seu disseny de prototips i brífings. Els prototips seran avaluats per usuaris per a comprovar si compleixen amb les seves necessitats, aplicant així el Disseny centrat en l'usuari i la Usabilitat.

El resultat final haurà estat el desenvolupament de la marca d'una nova empresa llesta per a posar-se en funcionament, així com la seva app. Cal destacar que l'aplicació oferirà a l'usuari l'oportunitat de poder dissenyar, crear el seu propi bentō d'una manera clara i concisa.

Paraules clau: Treball Final de Grau, Memòria, Marca nova, App, Brífing, Identitat visual, Disseny gràfic, Manual d'identitat corporativa, Disseny centrat en l'usuari, DCU, Bentos creatius, Bentō, Obento.

Abstract (english version)

In our society, gastronomy is one of the basic pillars, which can be found, for example, in our homes, restaurants, food places to take out, and even in cooking programs. Each person and any gastronomic place has its own style, its own idea of the food and how to express it. They can be mainly healthy foods, creative or both aspects, being this last type that is found mostly in restaurants, especially if they are luxury, with high gastronomic or long-term classification, which can be limited to a number of people because of the high price or the difficulty to taste the meals (full schedule, geographical location, etc.). Their presentations can be so exquisite that you could eat it with your eyes and / or feel sorry for having to eat it. But as I said, in these places we find the majority, that is, there is the opportunity to be able to access this style of gastronomy with the same quality and much more economic and geographical facility. The Obento, Bentō or Japanese prepared food to take is a perfect example of this.

The project aims to start, with the creation of a new company, the transmission, the dissemination of the sale of bentos, with all the possible combinations and styles, by order and by its place of sale. The bentos will be inspired by the different Japanese styles, from the most classic to the decorated with animals, anime characters, manga and video games.

In order to create the new brand of sales of bentos, it has developed, on one hand, its logo and corporate visual identity in order to be able to position it in the market. Moreover, since the bentos, one of the reasons, not to mention the main one, are made by the Japanese for later take them to their schools or at work, they will also be sold online through a mobile application, which I will take care of its design of prototypes and briefings. The prototypes will be evaluated by users to check if they fulfil their needs, thus applying User-centered design and Usability.

The final result will have been the development of the brand of a new company ready to be launched, as well as its app. It should be noted that the application will provide the user the opportunity to design, create their own bentō in a clear and concise manner.

Keywords: Final Project, Memory, New Brand, App, Briefing, Visual Identity, Graphic Design, Corporate Identity Handbook, User-centered Design, DCU, Creative Bentos, Bentō, Obento.

Índex

1. Introducció.....	11
2. Descripció.....	13
3. Objectius.....	14
3.1. Principals.....	14
3.2. Secundaris.....	14
4. Marc teòric.....	15
4.1. El significat del Bentō.....	15
4.2. La creativitat japonesa.....	18
4.3. La moda dels Kyaraben.....	23
4.4. L'establiment de venda de bentos.....	25
5. Continguts.....	28
6. Metodologia.....	31
7. Planificació.....	32
8. Procés de treball.....	33
9. Brífings.....	35
9.1. Brífling de l'empresa.....	35
9.2. Brífling del projecte.....	39
10. Identitat visual.....	41

10.1. Logo.....	41
10.2. Manual d'identitat corporativa.....	42
11. Disseny de l'app.....	47
11.1. Estructura de navegació.....	47
11.2. Fluxos de navegació.....	48
11.3. Prototips Lo-Fi.....	50
11.4. Prototips Hi-Fi.....	59
11.5. Icona.....	65
12. Perfils d'usuari.....	66
13. Usabilitat.....	69
14. Projectió a futur.....	70
15. Pressupost.....	71
16. Conclusions.....	72
Annex 1. Lliurables del projecte.....	73
Annex 2. Captures de pantalla.....	74
Annex 3. Bibliografia.....	77
Annex 4. Vita.....	89

Figures i taules

Índex de figures

Figura 1: Caixes bento de fusta envernissada.....	16
Figura 2: Koshibento.....	16
Figura 3: Primer ekibento.....	17
Figura 4: Caixa bento d'alumini.....	17
Figura 5: Meibutsu de Kanto.....	19
Figura 6: Meibutsu de Kansai.....	19
Figura 7: Wagashi.....	19
Figura 8: Jinbei.....	20
Figura 9: Moda Gothic Lolita.....	21
Figura 10: Botiga de mangas.....	22
Figura 11: Kyaraben.....	23
Figura 12: Pops salsitxes.....	23
Figura 13: Utensilis bento.....	24
Figura 14: Resultat d'una recepta kyaraben.....	25
Figura 15: Botiga de venda de bentos.....	26
Figura 16: Diferents tipus de bento.....	26
Figura 17: Secció d'una konbini dedicada als bentos.....	27
Figura 18: Diagrama de Gantt.....	32
Figura 19: Logo final de la marca.....	41
Figura 20: Manual d'identitat corporativa.....	46
Figura 21: Estructura app.....	47
Figura 22: Flux app Inici de sessió.....	48
Figura 23: Flux app Fase de compra.....	49
Figura 24: App Lo Launch screen.....	51
Figura 25: App Lo Introducció 1.....	51
Figura 26: App Lo Introducció 2.....	51
Figura 27: App Lo Introducció 3.....	52

Figura 28: App Lo Inici.....	52
Figura 29: App Lo Iniciar sessió.....	52
Figura 30: App Lo Registre.....	53
Figura 31: App Lo Mètodes.....	53
Figura 32: App Lo Ajuda 1.....	53
Figura 33: App Lo Ajuda 2.....	54
Figura 34: App Lo Ajuda 3.....	54
Figura 35: App Lo Imatge o fotografia 1.....	54
Figura 36: App Lo Imatge o fotografia 2.....	55
Figura 37: App Lo Imatge o fotografia 3.....	55
Figura 38: App Lo Dibuirar 1.....	55
Figura 39: App Lo Dibuirar 2.....	56
Figura 40: App Lo Bentos establiment 1.....	56
Figura 41: App Lo Bentos establiment 2.....	56
Figura 42: App Lo Bentos establiment 3.....	57
Figura 43: App Lo Finalització.....	57
Figura 44: App Lo Compartir.....	57
Figura 45: App Lo Menú navegació.....	58
Figura 46: App Lo Sessió iniciada.....	58
Figura 47: App Lo Llista compra.....	58
Figura 48: App Hi Launch screen.....	60
Figura 49: App Hi Introducció 1.....	60
Figura 50: App Hi Introducció 2.....	60
Figura 51: App Hi Introducció 3.....	60
Figura 52: App Hi Inici.....	60
Figura 53: App Hi Iniciar sessió.....	60
Figura 54: App Hi Registre.....	61
Figura 55: App Hi Mètodes.....	61
Figura 56: App Hi Ajuda 1.....	61
Figura 57: App Hi Ajuda 2.....	61

Figura 58: App Hi Ajuda 3.....	61
Figura 59: App Hi Imatge o fotografia 1.....	61
Figura 60: App Hi Imatge o fotografia 2.....	62
Figura 61: App Hi Imatge o fotografia 3.....	62
Figura 62: App Hi Dibuixar 1.....	62
Figura 63: App Hi Dibuixar 2.....	62
Figura 64: App Hi Bentos establiment 1.....	62
Figura 65: App Hi Bentos establiment 2.....	62
Figura 66: App Hi Bentos establiment 3.....	63
Figura 67: App Hi Finalització.....	63
Figura 68: App Hi Compartir.....	63
Figura 69: App Hi Menú navegació.....	64
Figura 70: App Hi Sessió iniciada.....	64
Figura 71: App Hi Llista compra.....	64
Figura 72: App Hi Contacte.....	64
Figura 73: Icona app.....	65
Figura 74: Perfil d'usuari 1.....	66
Figura 75: Perfil d'usuari 2.....	67
Figura 76: Perfil d'usuari 3.....	67
Figura 77: Perfil d'usuari 4.....	68
Figura 78: Desenvolupament del Manual d'Identitat Corporativa.....	74
Figura 79: Desenvolupament d'un dels diagrames de flux.....	75
Figura 80: Plantilla creada pels perfils d'usuari.....	76

Índex de taules

Taula 1: Fases del Disseny centrat en l'Usuari.....	31
Taula 2: Dates clau.....	32
Taula 3: Anàlisi DAFO.....	38
Taula 4: Pressupost.....	71

1. Introducció

Des que tinc records que he estat sempre unida a la cultura japonesa, sobretot en els aspectes de la seva música i l'estil de dibuix anime i manga, termes utilitzats per referir-se a l'animació i el còmic japonès. M'impressionaven la quantitat d'històries i personatges que creaven, sempre eren únics, mai hi havia, per dir-ho d'una manera, còpies. Gràcies a l'anime i el manga vaig poder descobrir la seva gastronomia i d'allà vaig arribar als bentos i els seus aspectes infinits. Quan els veia que, majoritàriament estudiants, els menjaven durant les estones lliures a l'escola sempre se'm feia la boca aigua i volia menjar-me'ls i fins i tot emportant-me'ls a la meua. Em semblava un sistema molt ric i útil.

Avui dia encara conservo la idea que aquest sistema podria ser utilitzat per tota la societat, no només la japonesa, ja que no només hi ha els seus avantatges creatius, sinó també de salut i fins i tot psicològic. El cas de la salut seria, per exemple, que la gent amb intoleràncies i/o al·lèrgies poguessin gaudir sense problemes del seu menjar i no haver de preocupar-se si el menjar que et donen o demanes, sigui en un menjador escolar o en un restaurant, cafeteria, bar, etc., contingui un dels aliments que has d'evitar o almenys intentes. El cas psicològic va relacionat majoritàriament als joves, sobretot als nens que es troben en l'edat on els pares intenten que mengin sobretot els aliments que són descrits com a saludables (verdures, peix...). En experiències pròpies, quan era petita no m'agradaven certes verdures o fruites i encara que em queixés les acabava menjant, el problema sorgia quan, en el meu cas només en el menjador escolar, notava pressió i obligació perquè mengés X aliment, fet que ho empitjorava i al final no ho menjava i li acabava agafant mania. Hi ha gent que de petita li ha passat també a les seves cases, així que em sembla un punt important el disseny dels bentos perquè, originalment, els bentos on el menjar està decorat, estructurat perquè sembli un animal o personatge, categoria anomenada "Kyaraben", estaven destinats a interessar als nens en els seus aliments i fomentar una gamma més àmplia d'hàbits alimentaris. Tot i això avui en dia aquesta categoria és utilitzada per totes les edats.

Esmentats els diferents aspectes, el tema del meu projecte consisteix a transmetre part de la cultura gastronòmica i creativitat japonesa mitjançant la venda dels productes físicament (establiment de menjar preparat) i en línia (app mòbil).

Aquesta idea va sorgir per diversos motius, sent un d'ells, ja comentat, la meua atracció per la cultura japonesa i la seva gastronomia. Vaig buscar per Internet que no fos que existís ja aquest negoci en algun país o ciutat que no fos del Japó, però els resultats van ser nuls. Per tant, considero que la meua idea pot ser interessant no només per la falta d'aquest negoci fora del Japó, sinó també pel fet que cada vegada hi ha més aficionats a la cultura japonesa, sobretot en la seva gastronomia i l'animació.

Finalment, espero i desitjo posar en pràctica al màxim els coneixements apresos durant el transcurs del Grau Multimèdia en les àrees relacionades amb aquest Treball de Final de Grau (disseny gràfic, disseny d'interfícies, arquitectura de la informació, etc.), i una bona manera de fer-ho és creant un projecte que podria ser real i realitzable.

2. Descripció

El projecte d'aquest Treball de Final de Grau, titulat Identitat visual i disseny d'una app de venda de bentō, consisteix a dissenyar una marca nova pertanyent a un nou establiment i negoci centrat en la venda de bentos, els menjars que preparen els japonesos en la seva vida quotidiana per emportar-se'ls, en carmanyoles, al seu lloc d'aprenentatge o de treball. També es crearà i dissenyarà l'arquitectura i disseny dels prototips de la seva aplicació mòbil.

L'establiment de preparació i venda de bentos efectuarà tota classe d'encàrrecs personalitzats per encàrrec i per creació pròpia, és a dir, els bentos podran ser decorats pels usuaris mateixos, sigui a través d'imatges ja existents o amb dibuixos fets pel mateix usuari.

L'establiment està inspirat en els llocs (tendes, ultramarins, estacions de tren) del Japó on es creen i venen els bentos diàriament. La idea del projecte va sorgir per la falta d'aquest tipus de negoci, afegint el fet que la majoria de tendes, on es venen menjars per a portar, a escala regional, són occidentals. El seu desenvolupament ajudaria, per exemple, a aquelles persones que tenen molta feina i no tenen temps suficient per anar a dinar sigui a cases seves o en un restaurant. L'aplicació, accessible per totes les edats, ajudaria a aquestes persones permetent-los seleccionar o dissenyar el seu propi bentō de forma factible i confortable per a encarregar-la en línia.

Esmentant part del títol del Treball de Final de Grau, Identitat visual, aquest projecte crearà pel negoci la seva pròpia identitat corporativa per posicionar-lo en el mercat i en Internet, donat el fet que, estant en l'era de la tecnologia, el nombre de persones que utilitza Internet per cercar i comprar productes i/o serveis mitjançant l'ús de pàgines web o apps en línia ha incrementat enormement.

Esclarits els motius, en ser un establiment no existent, es desenvoluparà en el projecte la seva identitat visual i es dissenyaran els prototips de la seva app perquè s'adaptin a les necessitats del públic objectiu mitjançant el Disseny Centrat en l'Usuari.

3. Objectius

L'objectiu essencial d'aquest Treball de Final de Grau consisteix a posar en pràctica els coneixements apresos durant el Grau de Multimèdia amb un projecte que, a part de poder ser creat en un futur, em permetrà adquirir experiència extra en àrees estudiades en el transcurs del grau. Els objectius per aconseguir-ho són els següents:

3.1 Principals

- Ampliació i posada en pràctica coneixements sobre disseny gràfic, disseny d'interfícies multimèdia, metodologia, gestió de projectes, usabilitat i creativitat i estètica.
- Adquirir experiència laboral.
- Creació d'una nova marca des de zero per a un negoci especialitzat en la venda de bentos típics de la cultura gastronòmica japonesa.
- Desenvolupament de la identitat visual del negoci.
- Disseny dels wireframes de baixa fidelitat (low-fidelity) i d'alta fidelitat (high-fidelity) de l'aplicació de l'establiment de venda de bentos segons la metodologia del disseny centrat en l'usuari (DCU).
- Disseny de l'aplicació perquè se li permeti a l'usuari crear el seu propi bentō.

3.2 Secundaris

- Explicació, acompanyada de captures de pantalla, de tots els processos realitzats en el treball.
- Informar sobre els bentos i la seva venda.
- Crear una idea innovadora dels bentos.
- Dissenyar diversos tipus de caixes i carmanyoles bentō i elements visuals del negoci.
- Plasmar interactivament l'app mòbil mitjançant una eina d'Internet.

4. Marc teòric

En aquest apartat es definiran els conceptes, antecedents i estat actual de l'art dels bentos i les seves vendes, per a així relacionar-ho en l'escenari actual dels establiments de venda de bentos i es pugui entendre adequadament la idea del projecte.

4.1. El significat del Bentō

Diccionaris defineixen la paraula bentō com un menjar generalment de cuina japonesa servit en una caixa de compartiments múltiples i elaboradament decorat. Al Japó, la paraula bentō s'usa des del segle XIII, i el contenidor en si, també anomenat bentō, s'usa des del segle XVI.

Encara que el bentō estigui concentrat majorment al Japó, l'origen d'aquesta paraula ha portat controvèrsies i encara avui és un misteri: alguns diuen que es va originar en l'argot del Song del sud, durant la Dinastia Song (960-1279) a la Xina, d'altres creuen que va ser estampat pel famós comandant militar Oda Nobunaga durant el segle XVI per a descriure els menjars que va distribuir a un gran nombre de persones al seu castell.

Actualment el Bentō es pot trobar en qualsevol lloc del Japó, des de botigues a l'abast i estacions de tren fins a grans magatzems. Però d'on van venir? Quina és la seva història?

L'origen del bentō es remunta al final del període Kamakura (1185-1333), quan es va desenvolupar un arròs cuit i sec anomenat *hoshi-ii*, per a portar al treball o a la cacera. El *hoshi-ii* es podia menjar així o bullir-lo amb aigua per fer arròs cuit i emmagatzemar-lo en una bossa petita.

En el període Azuchi-Momoyama (1568-1600) és quan es van començar a produir les caixes bentō de fusta envernissada que es coneixen i encara s'utilitzen actualment, tot i que en comptes d'empaquetar esmorzars, els bentos es van utilitzar principalment per emmagatzemar aliments en festes, com el Hanami (tradicció japonesa d'observar les flors) i la festa del te, i reunions.



Figura 1. Caixes bentō de fusta envernissada

En el període Edo (1603–1867), la cultura bentō es va estendre i es va tornar més comuna i refinada. Els viatgers i turistes portaven un simple *koshibentō* (caixa de bentō penjada de la cintura), que consistia en diversos onigiri (boles d'arròs farcides), castanyes, mariscos, xampinyons, cogombrets i brots de bambú embolicats amb fulles de bambú o en una caixa de bambú teixida. Un dels estils més populars del bentō, anomenat *makuno-uchi bentō* ("bentō entre actes"), es va crear per primera vegada durant aquest període. A causa del progrés cultural que es va originar, les persones també utilitzaven el bentō per a l'entreteniment, com per exemple quan anaven a veure Noh i Kabuki (teatres clàssics japonesos) i menjaven els bentos especialment preparats per als entre actes (*ma ku*). També es van publicar nombrosos i molt populars llibres de cuina i guies populars que detallaven què cuinar, com fer-ho i com empaquetar els menjars per a ocasions com el Hanami i el Hinamatsuri (dia de les nines o de les noies que se celebra cada 3 de març al Japó).



Figura 2. Koshibentō

En el període Meiji (1868-1912), va arribar el sistema ferroviari japonès i així la primera venda d'*ekibentō* o *ekiben* ("bentō d'estació de tren"). Hi ha diversos registres que contenen diferents llocs de la primera venda d'ekibens, però es creu que es va vendre per primera vegada el 16 de juliol de 1885, en l'estació de tren d'Utsunomiya, a la regió nord de Kanto del Japó. Com que antigament les escoles no oferien esmorzars, els estudiants i els mestres portaven bentos, com també molts empleats. A mesura que passava el temps, els plats d'ekiben van créixer en varietat i, eventualment, les botigues i fins i tot restaurants van començar a vendre bentos d'estil europeu amb sandvitxos en lloc de boles d'arròs.



Figura 3. Primer ekibentō

En el Període Taishō (1912-1926), el bentō es va convertir en un símbol de la disparitat de la riquesa. Durant la Primera Guerra Mundial, moltes persones van passar per dificultats financeres a causa dels fracassos en els cultius en l'àrea de Tohoku. Les caixes de Bentō es van tornar molt menys populars, ja que els rics eren els únics que podien permetre's portar-los a l'escola o al treball. L'alumini era el material més nou i més popular per a les caixes en aquell moment, especialment perquè semblava platejat i es podia netejar amb facilitat, però un fort rebuig contra aquesta estètica rica va donar a les noves caixes de bentō de metall una mala reputació i fins i tot van ser prohibides en algunes escoles.



Figura 4. Caixa bentō d'alumini

La dècada de 1980 va ser quan les caixes de bentō van tornar a guanyar popularitat a causa de la conveniència dels forns de microones i la baixada de preus en les tendes d'abast. Fins i tot llavors no es veien a les escoles amb tanta freqüència com abans, ja que la majoria d'elles havien substituït els dinars fets a casa amb cafeteries per evitar la disparitat aparent de la riquesa i la reputació entre els estudiants, així com estandarditzar els menjars entre els nens per prevenir la desnutrició. Els aeroports també oferien una versió anàloga de l'ekiben: un bentō ple de cuina local, que es pot menjar mentre s'espera un avió o durant el vol.

4.2. La creativitat japonesa

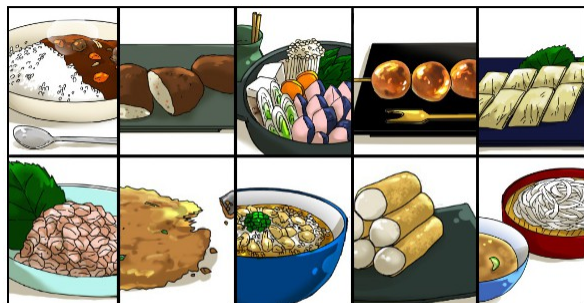
Japó és certament el lloc de naixement de moltes coses creatives. Els mitjans de narració visual, com el cinema, l'anime i el manga, han estat especialment únics i innovadors al llarg del segle XX. Personatges japonesos com en Pikachu i la Hello Kitty conquistat al món vertiginosament. A partir dels anys noranta, el món va començar a descobrir la profunditat de l'anime, com Digimon i Bola de Drac, i dels videojocs japonesos, com Pokémon i Mario Bros.

Els japonesos també han proporcionat una llarga llista d'invents al món, tant els més eficients i interessants com els més estranys i inservibles. Els estudiants universitaris japonesos agraeixen la creació del ramen instantani. Als que els hi agrada la festa agraeixen per les màquines de karaoke. Durant la culminació industrial del Japó es van presentar tota classe d'aparells, com el Walkman i el reproductor de CD portàtil.

Cada país té les seves forteses i febleses. En el cas del Japó, la creativitat es mostra especialment forta en àrees de la seva cultura com la gastronomia, la moda i l'art.

En la gastronomia, els japonesos posseeixen un llarg passat culinari que ha desembocat en una gastronomia sofisticada, refinada i especialitzada per a cada estació. En cada estació, entre elles sent molt diferenciables com es pot visualitzar en els supermercats, hotels, hostals i restaurants del Japó, on els menús canvien amb freqüència per a manifestar el que està disponible i el que està en temporada, oferint així una gamma molt diversa d'aliments. Gràcies a la gran varietat d'especialitats regionals (conegudes com *meibutsu*) no hi ha escassetat de restaurants dedicats a servir els plats locals. Però no només les especialitats regionals influeixen en general a la quantitat de restaurants japonesos, sinó que molts d'ells també s'especialitzen en un tipus particular de

menjar i estil del que n'hi ha una quantitat innumerable. Un exemple serien els famosos restaurants *kaitenzushi* (sushi en cinta transportadora), que cada cop guanyen més popularitat a l'occident, i els *famiresu* (restaurants familiars), que ofereixen una excel·lent relació qualitat-preu, un menjar saborós i un excel·lent servei.



Kanto Food

Figura 5. Meibutsu de Kanto



Kansai Food

Figura 6. Meibutsu de Kansai

La gastronomia japonesa és similar a la xinesa respecte als aliments bàsics o *shushoku*, basats en cinc aliments rics en carbohidrats: arròs, blat, civada, fesol i mill comú. Un menjar japonès estàndard sempre consisteix en una tassa d'arròs japonès (*gohan*) com a *shushoku*, i d'acompanyament un *tsukemono*, que és una tassa de sopa i una varietat de plats de guarnició (*okazu*) com ara peix, carn, vegetals, etc. També cal destacar que, com el Japó és una illa-nació, es consumeix molt marisc. Acompanyant a l'*okazu* existeixen altres elements dins de la gastronomia japonesa, com els dolços i aperitius tradicionals (*wagashi*). Part dels més coneguts són el *kakigori* (gel saboritzat ben picat) i el pa de meló. Quant a les begudes tradicionals, el te verd té predominància en les begudes no alcohòliques i el sake en les begudes alcohòliques.



Figura 7. Wagashi

Després tenim la moda, la qual al Japó està dividida en tradicional i moderna. En el vestuari tradicional destaca el quimono, que és una peça de roba llarga que pot tenir dibuixos (o no) de diferents estils (simples, elegants, cridaners, etc.) utilitzada per dones, homes i nens a vegades per situacions especials. Per la vida diària el quimono gairebé no s'utilitza per a la seva dificultat d'ús -en l'antiguitat hi havia gent que es dedicava a vestir a les persones amb els quimonos-. Altres peces utilitzades pels japonesos són el *yukata*, que seria el quimono d'estiu, el *hakama*, per actes cerimonials, el *jinbei*, un pijama i el *jūnihitoe*, una peça femenina similar a un quimono utilitzada per les nobles.



Figura 8. Jinbei

Respecte al vestuari modern, existeixen algunes tendències com el *ganguro*, que és una moda femenina caracteritzada per vestir roba de dissenyadors, tenir la pell bronzejada i portar un nivell excessiu d'accessoris. Una altra moda és la moda *lolita*, inspirada en la moda victoriana infantil amb elements del moviment artístic *Rococó* i que ha tingut derivacions de les subcultures gòtica, punk, etc. També està l'uniforme escolar japonès, que s'ha acabat convertint en una variant especial del vestuari juvenil, plasmat majorment en els mitjans de comunicació japonesos. Per acabar ens trobem el *cosplay*, que consisteix a disfressar-se d'algun personatge que aparegui en sèries anime, manga, videojocs, vídeos musicals, entre altres llocs.



Figura 9. Moda Gothic Lolita

Relacionant el *cosplay*, anem a expressar un dels arts japonesos i que estarà relacionat amb el següent punt: l'anime i el manga. L'anime és l'adaptació japonesa de la paraula animació i un mitjà de gran expansió al Japó, sent al mateix temps un producte d'entreteniment comercial i cultural, la qual cosa ha ocasionat un fenomen cultural en masses populars i una forma d'art tecnològic. L'animació japonesa comercial data des de 1917 amb una sèrie de curtmetratges similars a les produccions americanes, i des de llavors la producció d'obres d'anime al Japó ha seguit augmentant de manera constant.

Potencialment dirigit a tots els públics, des de nens, adolescents, adults, fins a especialitzacions sociodemogràfiques tals com empleats, esportistes, estudiants, etc. L'anime pot fer front a subjectes, temes i gèneres tan diversos com l'amor, l'aventura, la ciència-ficció, els contes infantils, la literatura, els esports, l'horror, la fantasia, la comèdia, entre molts altres.

L'estil d'art propi i característic de l'anime va sorgir el 1960 amb les obres d'Osamu Tezuka i es va estendre internacionalment a la fi del segle XX, juntament amb el desenvolupament d'una audiència nacional i internacional. Tradicionalment és dibuixat a mà i al principi els processos realitzats de forma digital eren molt específics (retoc i muntatge). No obstant això, en l'actualitat les tasques més comunes dins de la producció d'una animació, com podria ser l'acolorit o els efectes visuals (lluents, ombres, llum ambiental, etc.), es fan amb aplicacions digitals, que permeten un major control sobre el treball i ajuden a agilitar la labor dels dibuixants a nivells inimaginables en un procés d'animació tradicional.

Entre la dècada de 1990 i el 2000, la producció d'anime es va incrementar enormement com també la quantitat d'emissions de televisió. Això va comportar un gran impacte, fent que països de

tot el món comprassin sèries per retransmetre-les doblades -o subtitulades- pels seus canals de televisió.

Respecte al manga, aquests són impresos en blanc i negre i, igual que l'anime, cobreixen una àmplia varietat de gèneres i temes dirigits a totes les persones independentment de l'edat i el sexe. Formant una gran part de la indústria editorial del Japó, els mangas es poden trobar i veure a tot arreu. Un dels fets més comuns que ens podem trobar al Japó és la gent, en els trens durant l'hora punta, llegint manga.

Cada ciutat té mínim una llibreria amb passadissos plens de mangas i una botiga dedicada completament al manga. A les botigues d'abast i alguns restaurants també es poden trobar prestatgeries perquè els clients llegeixin. Això permet captar cada cop més gent, sobretot els nens petits, que són atrets per les coses bufones (*kawaii*), que després plasmen el seu desig en diferents formats, un d'ells en els *Kyaraben*, concepte que explicaré en el següent punt.



Figura 10. Botiga de mangas

4.3. La moda dels Kyaraben

Kyaraben o *charaben*, abreviació de *character bentō*, és un estil de bentō que presenta el menjar decorat per a semblar-se a persones, personatges de mitjans populars, animals i motius naturals de les quatre estacions així com elements de festivitats. Al Japó, la majoria de persones que sovint dediquen temps a preparar aquests bentos són les mestresses de casa.



Figura 11. Kyaraben

Originalment, el *kyaraben* es creava amb enginy per fer interessar als nens els aliments -sobretot els que no agradaven- i fomentar així una gamma més àmplia d'hàbits alimentosos, a la vegada que mentre el menjaven passessin una bona estona. Un exemple de fomentació en el *kyaraben* són unes salsitxes que es tallen de manera que, en rostir-les, semblin pops.



Figura 12. Pops salsitxes

Des de llavors els *kyaraben* han continuat evolucionant. A partir del 2007 va ser quan van començar a consolidar el seu èxit. Van començar a aparèixer temes relacionats amb ells per televisió i revistes, fet que va provocar l'èxit dels *kyaraben* i que comencessin a sortir a la venda nombrosos productes, a molt bon preu, per l'elaboració d'aquests bentos.



Figura 13. Utensilis bentō

En l'èxit dels *kyaraben* també hi ha tingut un paper fonamental els telèfons mòbils i càmeres de vídeo. A través d'aquests dispositius, les mestresses de casa de tot el Japó, que els hi agradava cuinar pujaven, cada dia, fotografies i vídeos a les xarxes socials o blogs sobre les seves creacions. Gràcies a això molta gent es va sentir atreta pels *kyaraben*, i en poc temps es van publicar llibres amb les receptes de les blogueres més populars. Avui en dia existeixen més de 100 llibres sobre els *kyaraben*, amb receptes per a crear un divertit bentō cada dia.

Adjunto a continuació un vídeo on s'ensenya com fer fàcilment un *Kyaraben*:
<https://youtu.be/pvKTC1AEPs8>



Figura 14. Resultat d'una recepta kyaraben

Actualment se celebren concursos a escala nacional de creació de *kyaraben*. El primer concurs va tenir lloc l'any 2014, sota l'assistència del Govern japonès, per promoure al món la gastronomia japonesa.

Gràcies a tot això, el *kyaraben* ha evolucionat fins a convertir-se en una moda, en un gènere individual i fins i tot en una expressió més de la cultura tradicional del Japó.

4.4. L'establiment de venda de bentos

Els bentos es poden trobar preparats en qualsevol lloc del Japó, en supermercats, botigues d'abast o de conveniència (*konbini*) i botigues de bentō especialitzades. Alguns restaurants, sobretot si es troben dins de grans magatzems, també ofereixen bentos per a portar i, a les estacions de tren i aeroports, se'n venen per aquelles persones que principalment han de viatjar un temps remarcable amb els respectius mitjans de transport.

Els supermercats japonesos venen una selecció de bentos a un preu dels 500 iens (3'95 euros) als 1000 iens (7'91 euros) aproximadament, amb diversos productes empanats i fregits, com poden ser mini mandonguilles, *gyōzas*, verdures en porcions, costelles de porc fregides (*tonkatsu*),

pollastre fregit, fideus, arròs, entre altres.



Figura 15. Botiga de venda de bentos

La majoria de llocs de venda de bentos disposen d'un servei de comanda d'elaboració del bentō, el qual la majoria de cops arriba a ser més car que els que ja es venen a les tendes, donat que el client té més llibertat a decidir què és el que vol.



Figura 16. Diferents tipus de bentō

Relacionant els llocs de venda, el més remarcable pels japonesos són les *konbini*. En molts països, les botigues de conveniència són simplement estacions de servei amb una petita botiga a l'interior que ofereix entrepans i begudes. Al Japó és molt més que això. Els tipus de béns i serveis oferts en una *konbini* japonès poden arribar a sorprendre i, per a la persona de terme mitjà que viu

al Japó, visitar-ne un és part de la seva rutina diària.

Les botigues de conveniència japoneses estan destinades a reunir totes les necessitats diàries comunes d'una persona i proporcionar un lloc per a cuidar cadascuna de les seves petites tasques. També destaquen per estar extremadament netes -com la major part dels llocs al Japó-, i ben mantingudes, en comparació amb les botigues de conveniència d'altres països que poden arribar a estar brutes i ser perilloses. Les podem trobar obertes les 24 hores del dia i sempre fora de perill.

Les *konbini* venen tota classe de productes: articles escolars, cosmètics, diaris, mangas, medicines, llibres, bentos i suplementes vitamínics, etc. Normalment el motiu principal per a visitar una *konbini* és aconseguir menjar de qualsevol àpat del dia. Com a conseqüència de la venda de diferents tipus de menjars, les botigues tenen microones per a escalfar-los (si és necessari), aigua calenta per a coses com el ramen i seients per a gaudir del seu menjar. Fins i tot tenen peces de roba (per exemple camises) i paraigües per les persones que en necessitin urgentment.



Figura 17. Secció d'una konbini dedicada als bentos

Les *konbini* no només ofereixen el servei d'escalfament de menjars, sinó també els serveis de Wi-Fi gratis, caixers automàtics, fotocòpies i faxes, compra d'entrades -esdeveniments, concerts, parcs temàtics...-, lliurament de paquets, pagament de factures, impressions, guardar o transportar equipatge de manera segura a l'aeroport, etc. Tots aquests serveis són un avantatge, convertint les *konbini* en un dels llocs més útils quan es tracta de comprar productes de necessitats diàries o de petites tasques.

5. Continguts

El projecte d'aquest Treball de Fi de Grau conté tots els aspectes relacionats amb el disseny gràfic d'un establiment de venda de bentos, des de la identitat visual i el manual d'identitat corporatiu fins al disseny dels prototips de la seva app.

Per consegüent, el Treball de Fi de Grau està compost pels continguts explicats a continuació:

Logo

És la representació visual de la marca, identificant-la i diferenciant-la d'altres marques, transmetent així els seus valors i sensacions pròpies als seus clients i usuaris. El logo està format per un logotip i un imagotip.

Manual d'identitat corporativa

És el document que recull els aspectes, normes, usos i prohibicions dels elements multimèdia i gràfics propis de l'empresa. El manual d'identitat corporativa de l'establiment està format pels següents apartats:

Marca:

Nom de la marca.

Colors corporatius.

Tipografies utilitzades.

Logo:

Explicació i justificació del disseny del logo.

Parts i explicacions del logotip i l'imagotip.

Mesures del logo per a la impressió i plasmació en pantalla, així com els seus marges de seguretat.

Variacions possibles que pot tenir el logo en determinades situacions.

Usos incorrectes que no han de realitzar-se en el logo.

Aplicacions:

Papereria: targeta de visita de l'establiment.

Embalatge: bosses i caixes pels bentos.

Hostaleria: tovalló i embolcall pels bastonets japonesos o coberts.

Cartell: rètol extern de l'establiment.

Aquests quatre apartats tindran el logo i els colors corporatius aplicats.

Prototips Lo-Fi i Hi-Fi de l'app

L'aplicació mòbil de l'establiment de venda de bentos té tres funcions principals: informar l'usuari sobre l'establiment, els seus productes i serveis; vendre els productes en línia i recollir encàrrecs de comandes; i oferir l'oportunitat als usuaris de dissenyar el seu propi bentō, comprar-los i compartir-los a les xarxes socials. L'estructura de l'aplicació és semi lineal a causa que el procés de disseny de productes té un inici i un final. L'aplicació està formada per text, imatges vectorials i botons i té un disseny que s'aproxima al *Material Design* però també de caràcter propi.

L'aplicació està composta per les següents pantalles:

Launch screen: Portada que apareix en executar l'app i mentre aquesta es carrega.

Introducció: Primera pàgina i de format tutorial, s'expliquen les funcions de l'aplicació següents: el disseny dels productes, les seves compres en línia i la seva compartició en xarxes socials. En ser un tutorial només es mostrarà en obrir l'app per primera vegada.

Inici: Secció que dirigeix l'usuari a l'inici de sessió o registre. Aquesta pantalla pot ser omesa per si abans es vol explorar l'aplicació. Si no és omesa:

Inici de sessió: s'ofereixen solucions en cas d'oblit de dades per part dels usuaris.

Registre de nou usuari si no té compte propi.

Mètodes: Pantalla on s'escull el mètode de disseny de bentō (imatges o fotografies pròpies dels usuaris, dibuixos mitjançant l'aplicació o selecció d'estils de l'establiment). En tots els mètodes l'usuari podrà escollir els aliments del bentō. Si l'usuari tingués algun dubte, podria consultar l'apartat d'ajuda.

Ajuda: Pantalla on s'expliquen els diferents mètodes de disseny de bentos.

Imatge o fotografia: Primer mètode de disseny de bentos. S'escull una fotografia o imatge de la galeria del telèfon mòbil de l'usuari i l'aplicació crea automàticament un producte semblant a elles.

Dibuixar: Segon mètode de disseny de bentos, el qual consisteix a dibuixar a mà alçada, mitjançant eines de dibuix i d'edició d'imatges.

Bentos establiment: Tercer mètode de disseny i el més ràpid i fàcil d'aplicar donat que l'usuari només ha d'escollir quin tipus de bentō vol.

Finalització: Un cop finalitzat el producte es pot afegir a la cistella per a comprar-lo. També pot ser compartit per Internet.

Compartir: En aquesta secció es mostra el producte final i es comparteix a les xarxes socials on es desitja publicar al prémer les seves icones.

Contacte: Pantalla amb les dades de contacte de l'establiment i l'empresa.

6. Metodologia

Per a elaborar el projecte del Treball Final de Grau s'aplicarà la metodologia del disseny centrat en l'usuari (DCU). Aquesta metodologia situarà l'usuari en el centre del procés de disseny de la interfície. D'aquesta manera es captaran les característiques necessàries perquè el resultat final, l'objecte del projecte sigui útil, eficaç i adaptat a les necessitats del target.

Per evitar que sorgeixin problemes de disseny i/o usabilitat, que comportaria el seu redisseny i en conseqüència alterant la planificació i entrega del projecte, els usuaris estaran en tot moment implicats en ell.

Les fases del procés de disseny centrat en l'usuari que se seguiran, pel disseny dels prototips de l'aplicació mòbil, seran les extretes d'un dels mòduls de l'assignatura Disseny d'interfícies multimèdia de la UOC, les quals un cop adaptades al projecte, queden exposades a continuació:

1. Anàlisi	<ul style="list-style-type: none">• Anàlisi de la informació i objectius de l'app.• Anàlisi de les característiques i necessitats dels usuaris objectius.• Anàlisi dels requisits tècnics del desenvolupament.• Exposició dels resultats mitjançant els pertinents brífings.
2. Disseny	<ul style="list-style-type: none">• Disseny dels perfils d'usuari.• Disseny de continguts.• Disseny visual dels prototips de baixa i alta fidelitat.
3. Disseny prototip de baixa fidelitat de l'app	
4. Avaluació del prototip de baixa fidelitat de l'app	<ul style="list-style-type: none">• Si presenten problemes de disseny, els quals seran detectats mitjançant feedbacks d'usuaris, es redissenyan.
5. Disseny prototip d'alta fidelitat de l'app	
6. Avaluació del prototip d'alta fidelitat de l'app	<ul style="list-style-type: none">• Si presenten problemes de disseny, els quals seran detectats mitjançant feedbacks d'usuaris, es redissenyan.

Taula 1. Fases del Disseny centrat en l'Usuari

7. Planificació

Dates clau

Entregables	Inici	Fi
PAC1: Definició formal del projecte	20/02/19	06/03/19
PAC2: Desenvolupament i consolidació I	07/03/19	03/04/19
PAC3: Desenvolupament i consolidació II	04/04/19	05/05/19
Lliurament final	06/05/19	17/06/19

Taula 2. Dates clau

Diagrama de Gantt

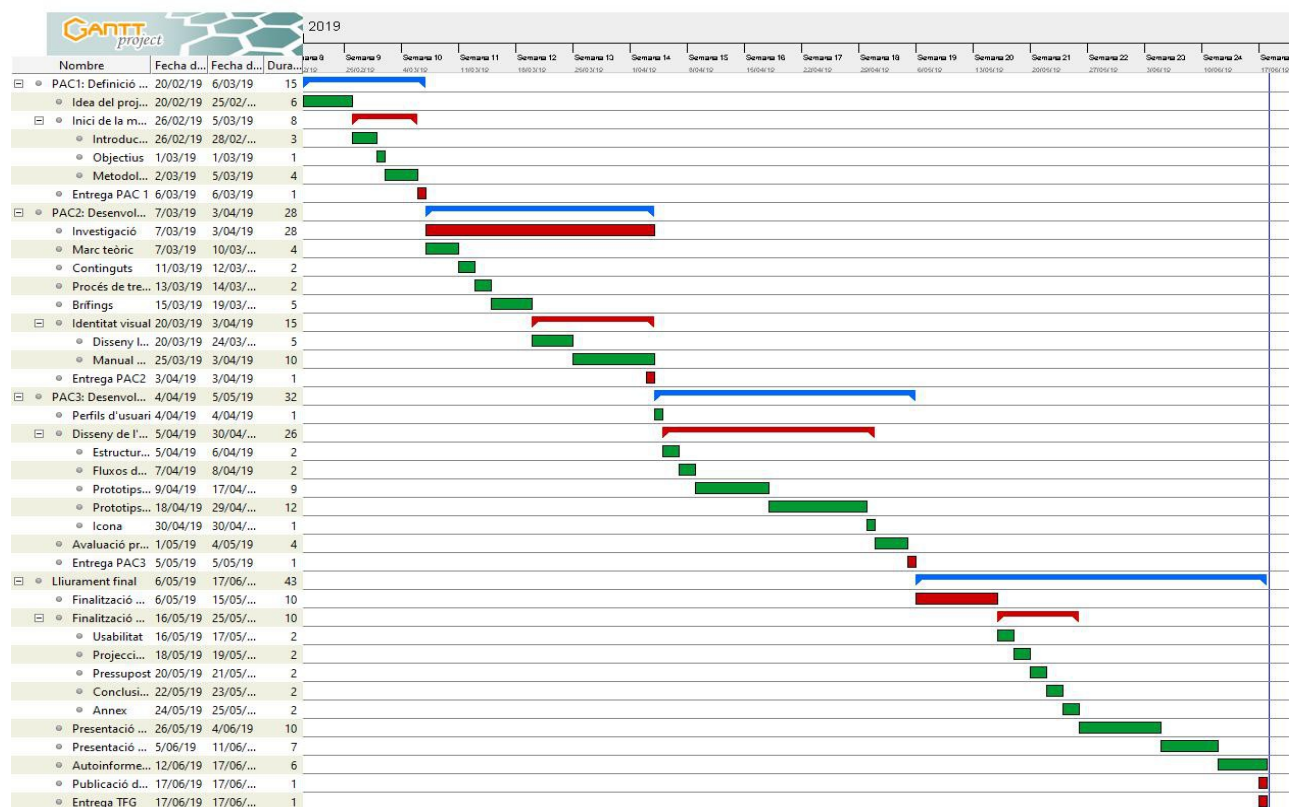


Figura 18. Diagrama de Gantt*

*El diagrama es pot veure d'una forma més detallada en el PDF PAC_FINAL_DiaGrantt_LorenteVila_Maria.

8. Procés de treball

Com el projecte és ampli a l'estar format per diverses tasques a realitzar, s'ha dividit en diverses fases amb les seves respectives tasques per a tenir-ho organitzat i poder desenvolupar-ho correctament seguint la planificació. Les fases del Treball de Fi de Grau són:

Recerca i definició

Per un costat, s'investigarà sobre els bentos i la creativitat japonesa, explicant en què consisteixen i exposant exemples perquè es pugui entendre la idea del projecte. Per l'altre, s'investigaran temes relacionats amb la creació dels brífings de la nova marca, de la identitat visual i disseny gràfic pel desenvolupament del logo i del manual d'identitat corporativa de l'establiment de vendes de bentos.

Creació dels brífings d'empresa i de projecte

Sabent el nom de la nova marca, s'elaborarà el brífing amb les dades de l'empresa i el brífing amb informació del projecte. Per a les seves redaccions, especialment la del projecte, serà necessari tenir en compte i cercar informació sobre el públic objectiu i les seves característiques, l'arquitectura i finalment la usabilitat de l'app per a emprar la metodologia del Disseny Centrat en l'Usuari (DCU).

Desenvolupament de la identitat visual

Es realitzarà un logo per a la marca, aplicant una tipografia i colors que s'adaptin a les sensacions que desitja transmetre l'establiment als seus clients. Un cop creat, es realitzarà el manual d'identitat corporativa explicant el motiu de l'elecció del logo, els seus usos acceptables i prohibits, la gamma de colors usats, la tipografia i les aplicacions en diversos tipus d'embalatge.

Perfils d'usuaris

A partir de la informació obtinguda sobre el públic objectiu, es crearan diversos perfils d'usuaris perquè utilitzin l'aplicació mòbil de la venda de bentos.

Arquitectura de l'app

Un cop investigat sobre els diferents tipus d'arquitectura d'una aplicació mòbil, tenint en compte la metodologia del DCU, s'escollirà i s'aplicarà la millor estructura i fluxos de navegació per l'app.

Disseny de prototips Lo-Fi de l'app

Es crearà la primera versió dels prototips de baixa fidelitat (low-fidelity o Lo-Fi) i se'ls afegirà interactivitat, mitjançant una eina d'Internet, per a ser provats per usuaris.

Avaluació

Es realitzarà un test d'usabilitat i un qüestionari post test amb voluntaris per avaluar el disseny i la usabilitat de l'app i determinar així la necessitat i/o possibilitat de millores.

Disseny de prototips Hi-Fi de l'app

Amb els errors i problemes detectats en el test es redissenyaran els prototips Lo-Fi i es crearan els prototips finals d'alta fidelitat (high-fidelity o Hi-Fi).

Avaluació final

En darrer terme es realitzarà un últim test d'usabilitat i un qüestionari post test amb voluntaris per comprovar si el disseny aplicat compleix amb les necessitats i expectatives que aquests usuaris van tenir en el primer test. Els errors es corregiran i es donarà per finalitzada l'app.

9. Brífings

9.1. Brífung de l'empresa

Informació sobre l'empresa

Client

Maria Lorente Vilà

Descripció

Mugentō és un negoci físic i en línia dedicat a la venda de bentos, tant de disseny propi com personalitzats per encàrrec del client. La idea de l'empresa va sorgir, per una part, a causa de l'interès que sent la clienta per la cultura japonesa, especialment pel dibuix anime i manga, i d'altra banda, per la nul·litat d'establiments d'aquest tipus fora del país del sol naixent.

Productes i serveis

L'activitat principal de Mugentō és la venda de tota mena de bentos: des dels més clàssics fins als Kyaraben, bentos decorats per semblar persones, personatges, animals o plantes. Els clients poden adquirir els productes de forma física a la botiga o per Internet en l'app de l'establiment.

Labor

La labor de Mugentō consisteix a elaborar bentos creatius amb dissenys d'art i estil japonès emprant ingredients frescos i de qualitat parells dels que utilitza la societat japonesa. Les creacions són elaborades de forma artesanal, d'essència pròpia, perquè els consumidors gaudeixin en tots els sentits d'una gastronomia única i original.

Visió

Mugentō té com a visió convertir-se en un establiment professional, especialitzat i de referència en l'elaboració i transmissió en la creació de bentos. La idea busca que el negoci sigui similar als establiments japonesos on venen els productes i els clients s'hi dirigeixen per comprar-los.

Valors

- Creativitat, originalitat i bellesa en els dissenys de bentos.
- Professionalitat en l'elaboració dels productes, selecció d'ingredients i modelació.
- Bon tracte cap als clients i públic potencial.
- Acceptació i adaptació als dictàmens i recomanacions del públic.
- Ambient positiu entre els empleats i el públic.

Imatge de la marca

Mugentō és una marca jove, optimista, entusiasta i dinàmica que es pren molt a fons el disseny i elaboració dels bentos japonesos, així com les necessitats i suggeriments dels seus clients. La marca, a partir del logo, del disseny dels seus productes i del tracte al públic, intenta transmetre sensacions captivadores i positives al públic, com també confiança i proximitat, de manera que el públic sàpiga que el que estan encarregant i comprant en l'establiment no els perjudicarà i passaran un moment agradable menjant independentment del lloc on ho facin.

Públic objectiu i públic potencial

Els productes de bentos, en tenir dissenys amb diferents estils, van dirigits a gent de totes les edats, sexe i gustos. S'ha decidit que el negoci estigui situat inicialment a Barcelona, per tant, el públic que resideix en aquesta ciutat o voltants serà el principal objectiu per proximitat i manteniment de l'aspecte dels aliments.

Estudi de la competència

A continuació s'analitzaran diversos exemples d'establiments que s'aproximen a les característiques de Mugentō per a comparar-les i poder desenvolupar posteriorment l'anàlisi DAFO.

Mikasa Shokudo

És un restaurant japonès especialitzat en el menjar casolà i econòmic japonès. En general manegen una gran varietat de plats excepte el sushi. També tenen plats evolucionats de manera molt original del Japó importats de la Xina, Europa, Amèriques i altres països estrangers. La seva web és: <http://mikasabcn.web.fc2.com/>

Kote

És un restaurant tradicional japonès de sabor, ambient i filosofia nipona autèntica amb plats elaborats directament amb eines i màquines importades del Japó. La seva web és: <https://www.kote.cat/>

Telemaki

És una cadena de sushi a domicili i per portar que garanteix la màxima qualitat al millor preu. Encara que la seva especialitat és el sushi, també s'hi pot trobar una gran varietat d'especialitats culinàries japoneses i plats únics. Tots els plats s'elaboren de manera artesanal i al moment, per

oferir un producte sa, bo, fresc i de màxima qualitat. La seva web és: <http://www.telemaki.com/>

Sushifresh

És una cuina japonesa a Barcelona de menjar japonès fet al moment amb productes de primera qualitat, per portar o a domicili. Els seus productes s'elaboren amb aliments saludables, locals, frescs i de temporada per garantir la màxima qualitat. Només treballen amb proveïdors que garanteixen la traçabilitat, l'edat de captura i no generen impacte en el fons marí. La seva web és: <https://www.sushifresh.es/cat/>

Anàlisi DAFO

	Intern	Extern
	Debilitats	Amenaces
Punts negatius	<ul style="list-style-type: none"> · Alt preu de bentos pels seus materials, ingredients i temps de dedicació. · Escàs finançament. · Falta de personal. 	<ul style="list-style-type: none"> · Preu del lloguer del local. · Possible disminució o falta d'interès per la creació de bentos. · Preu elevat dels ingredients de qualitat buscada i possible impossibilitat de compra.
	Fortaleses	Oportunitats
Punts positius	<ul style="list-style-type: none"> · Àmplia varietat de bentos de disseny propi i personalitzable. · Aplicació mòbil dirigida especialment en el disseny propi del bentō i la seva compra. 	<ul style="list-style-type: none"> · Manca d'establiments de venda a domicili i en línia de bentos. · Manca d'aplicacions de i compra de bentos. · Gran i creixent quantitat de fans del manga, anime i cultura japonesa.

Taula 3. Anàlisi DAFO

9.2. Brífling del projecte

Informació del projecte

Descripció

El projecte consisteix en el desenvolupament de la identitat visual, així com l'app mitjançant el Disseny Centrat en l'Usuari de l'establiment de venda de bentos Mugentō. La identitat visual estarà formada per la creació del logo, la selecció de gamma de colors i tipografia corporativa, el manual d'identitat corporativa i finalment els elements d'embalatge, papereria i hostaleria. Mitjançant l'app l'usuari podrà dissenyar el seu propi bentō per a adquirir-la.

Objectius

La identitat visual té com a objectiu representar de manera visual tots els aspectes gràfics de la marca per a la seva posterior implementació en diferents materials i mitjà de contacte del client amb l'establiment, el qual és l'app on el client dissenya i adquireix els productes i consulta la informació sobre l'empresa.

Públic objectiu i públic potencial

El públic objectiu o *target* serà aquella gent que no té temps per menjar entre estones lliures a la feina o a l'escola o que no li agrada el menjar del lloc mateix o propers a ell. També serà públic objectiu la gent que és atreta per la cultura japonesa. El públic potencial poden ser persones de qualsevol gènere i edat.

Seccions

Les seccions, funcionalitats i estructura de navegació que tindrà l'app serà analitzant els diferents tipus d'estructures que es troben en les diferents apps i quines atrauen més als usuaris.

Difusió

Una vegada desenvolupada l'app es publicarà a través d'una eina d'Internet per visualitzar i transmetre millor el resultat.

Pressupost

El pressupost estimat per a la realització de les seccions del projecte s'indicarà en el punt número quinze de la memòria, el qual està dedicat a ell.

10. Identitat visual

10.1. Logo

El disseny del logo s'ha dut a terme tenint presents les característiques i valors de l'establiment. La intenció era crear un logo efectiu, únic i fàcil de recordar pel públic quan el vegin, transmetent-los aspectes de la creativitat japonesa. També es buscava que el logo mostrés a simple vista que l'empresa es dedica a la venda de bentos, per això era necessari que el logo estigués format per un logotip, el nom de l'establiment, i un imagotip representant un bentō amb alguns dels aliments que s'hi poden trobar, els quals estarien complementats amb cares bufones típiques del *Kyaraben*.

Per a dissenyar el logo final es va tenir present el nom de la marca, Mugentō, creada a partir de la paraula japonesa *Mugen*, que significa Infinit, i Bentō. Amb aquesta combinació i el seu significat es va aprofitar l'aplicació del símbol infinit en el logotip. Gràcies a això el públic l'associa amb l'establiment i l'empresa. No s'han aplicat efectes per fer el logotip més senzill i la tipografia i colors utilitzats es troben indicats en el manual d'identitat corporativa.

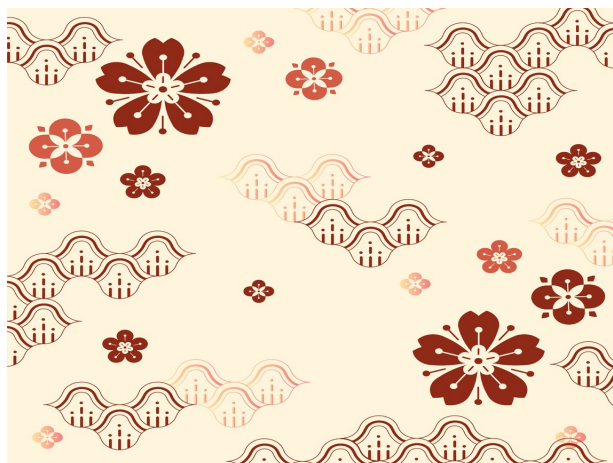
El logo final és el següent:



Figura 19. Logo final de la marca

10.2. Manual d'identitat corporativa

En el manual d'identitat corporativa de Mugentō es reuneixen, de manera classificada, tots els elements gràfics que componen la marca de l'establiment de venda de bentos i les seves aplicacions en els diferents tipus de materials i objectes. A continuació s'afegeixen les pàgines del manual, però en versió reduïda. Per a veure-ho ampliat es pot veure en l'arxiu PDF PAC_FINAL_ManualIdentitatCorporativa_LorenteVila_Maria.



Índex

Marca.....	4
Nom.....	5
Colors.....	6
Tipografia.....	7
Logo.....	8
Explicació.....	9
Parts.....	10
Mesures.....	11
Variacions.....	12
Usos incorrectes.....	14
Aplicacions.....	16
Papereria.....	17
Embalatge.....	18
Hostaleria.....	20
Cartell.....	21

3



Nom

Mugentō és el nom del local de venda de bentos. Ha estat creat a partir de la unió de la paraula japonesa *Mugen*, que significa infinit, i *Bentō*.

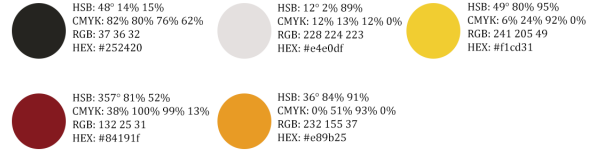
S'origina així un nom que, a part d'atraure els clients, sobretot si tenen coneixements sobre la cultura i idioma japonès, permet ser fàcilment recordable i identificable amb el local, l'empresa i els productes que es venen.

5

Colors

El principal color corporatiu de la marca *Mugentō* està mitjanament repartit entre el negre i el vermell, tot i que el blanc també és proper. El color negre s'ha escollit per l'elegància i joventut que transmeten, el vermell per la passió i la proximitat que es vol oferir i, finalment, el blanc s'ha escollit per transmetre humilitat, sinceritat.

Els colors secundaris són el taronja i el groc, els quals el primer s'ha escollit per ser un color que es relaciona amb l'alegria, la diversió i la sociabilitat, mentre que el segon ha estat relacionat per l'optimisme i la creativitat.



6

Tipografia

El logotip de *Mugentō* utilitza la tipografia AR ESSENCE, de creador desconegut. AR ESSENCE és una tipografia serif gruixuda i d'estil atrevit, motius que s'utilitza sovint per cartells i diaris i sigui ideal pel local.

AR ESSENCE

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890? !@ \$% & + - * / . ,

Com a secundària s'utilitzarà la tipografia Cambria, dissenyada per la dissenyadora de tipografia holandesa Jelle Bosma l'any 2004, amb la col·laboració de Steve Matteson i Robin Nicholas, per ser adequada pel text de cos, ser molt llegible i poder-se mostrar en una pantalla.

Cambria

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ? ! @ \$ % & + - * / . ,

7



Explicació

El logo de *Mugentō* s'ha dissenyat de manera que transmeti al públic els valors del local de venda de bentos com la creativitat i la humilitat, i les característiques elegants i joves dels bentos.

És un logo fàcil de recordar, impactant i senzill que es relaciona amb la seva totalitat a l'activitat de l'empresa.



Mugentō

9

Parts

Logotip

És el nom de la marca *Mugentō*, simple i sense decoracions o efectes que sobrecarreguin el logo.

Mugentō

Imagotip

Representa un bento amb alguns dels menjars que s'hi poden trobar. Aquests estan complementats amb cares pròpies de l'animació japonesa, aplicades a vegades als *Kyaraben* per fer més divertit el moment de menjar, sobretot pels més petits. També hi ha el símbol d'infinit per representar la primera part de la marca (*Mugen* = Infinit).



10

Mesures

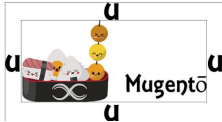
Mida mínima

El logo de Mugentō serà imprès, perquè pugui ser llegible i l'imatge no tingui parts deformades, amb un mínim de 60 mm. En format digital serà de 160 px.



Marges de seguretat

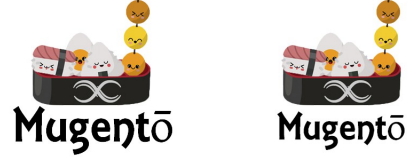
Al voltant del logo hi hauran uns marges de seguretat on no es podran col·locar altres elements gràfics, d'aquesta manera el logo no es veurà alterat. La mida dels marges serà igual a la de la lletra u del logotip.



11

Variacions

Si hi haguessin problemes d'espai, l'estructura del logo es podria modificar, situant el logotip per sota de l'imatge. També, si fos necessari, la mida del logotip es podria reduir.



Si en el moment d'imprimir el logotip es volés fer en blanc i negre, es podrien utilitzar les versions següents:



12

La versió original del logo estarà en un fons blanc o transparent per conservar la llegibilitat dels seus elements. Tot i això es podran fer combinacions amb fons de colors compatibles amb els colors corporatius.



13

Usos incorrectes

Està prohibit canviar els colors i la tipografia de la marca, l'alineació del logotip i la modificació de l'imatge.

Canvi de colors corporatius



Canvi de la tipografia corporativa



Canvi de l'alineació del logotip



Modificació de l'imatge



14

També estan prohibides les deformacions, distorsions o rotacions del logotip i/o de l'imatge i l'ús de colors saturats, foscos o incompatibles amb els colors corporatius.

Deformació



Distorsió



Rotació



Fons de color saturat, fosc o incompatible



15



Papereria

Tarjeta de visita

Serà i s'imprimirà a dues cares en una cartolina de 350 g plastificada semi-mat de mida 85x55 mm.



17

Embalatge

Bosses

Seràn de diferents mides i tipus depenent de la mida del producte.



18

Caixes

Seràn de diferents mides i tipus depenent de la mida del producte.



19

Hostaleria

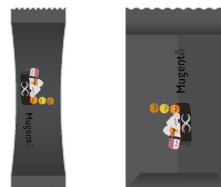
Tovalló

Tovalló de paper d'un sol ús.



Embolcall pels bastonets o coberts

Embolcall de paper per guardar-hi els estris a utilitzar per menjar, siguin obtinguts al local o propis del client.



20

Cartell

Cartell extern

Cartell de l'entrada del local.



21



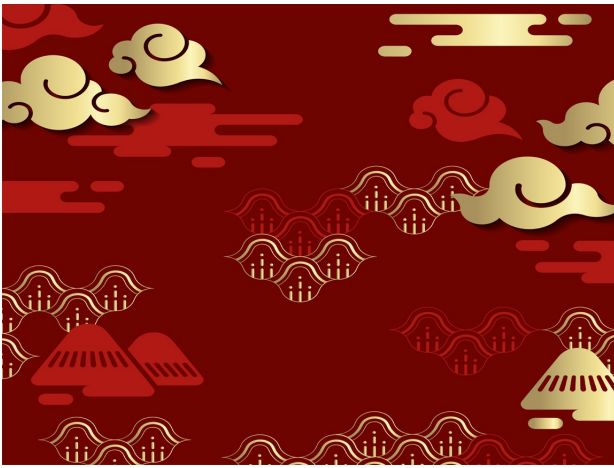


Figura 20. Manual d'identitat corporativa

11. Disseny de l'app

11.1. Estructura de navegació

L'estructura de navegació de l'aplicació s'ha desenvolupat tenint presents els perfils d'usuari, proporcionats en l'apartat número dotze de la Memòria. L'estructura és semi lineal perquè l'app sigui intuïtiva, senzilla i ràpida d'utilitzar. Per a visualitzar-la correctament es pot veure en l'arxiu PDF PAC_FINAL_EstructurApp_LorenteVila_Maria.

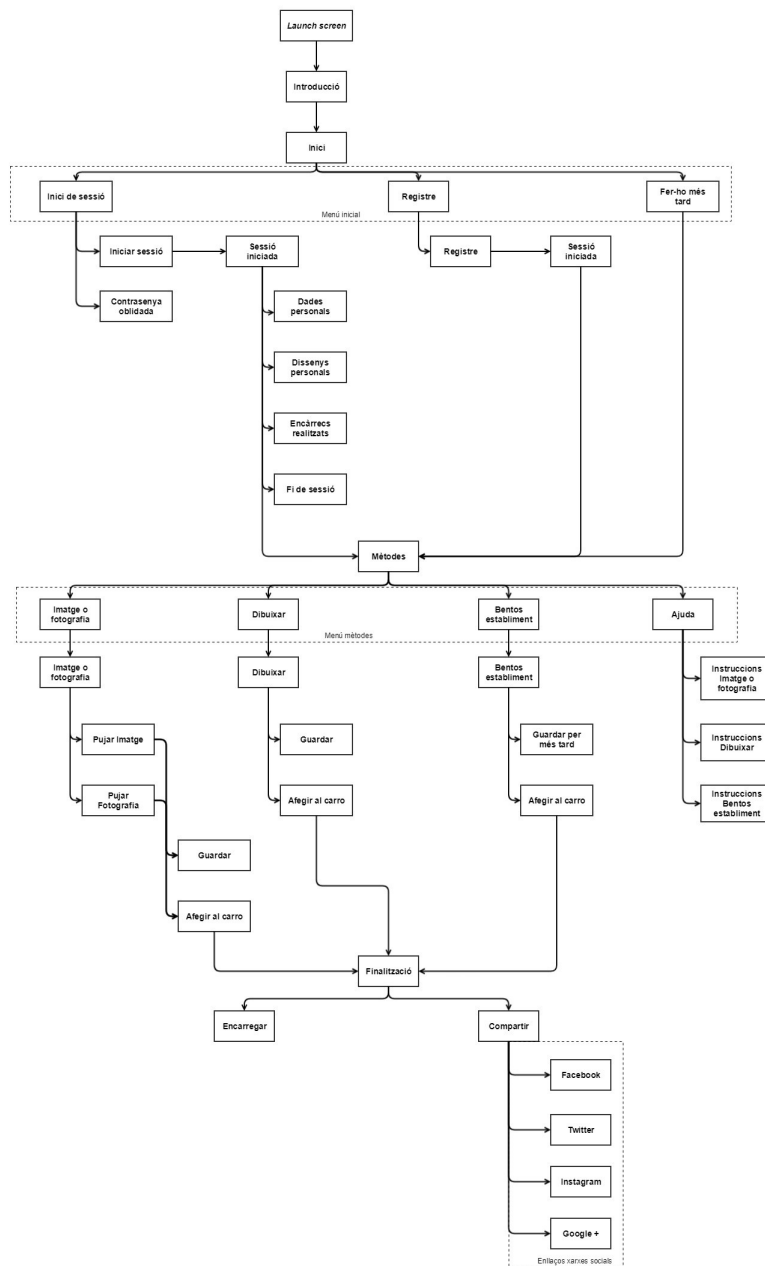


Figura 21. Estructura app

11.2. Fluxos de navegació

Inici de sessió

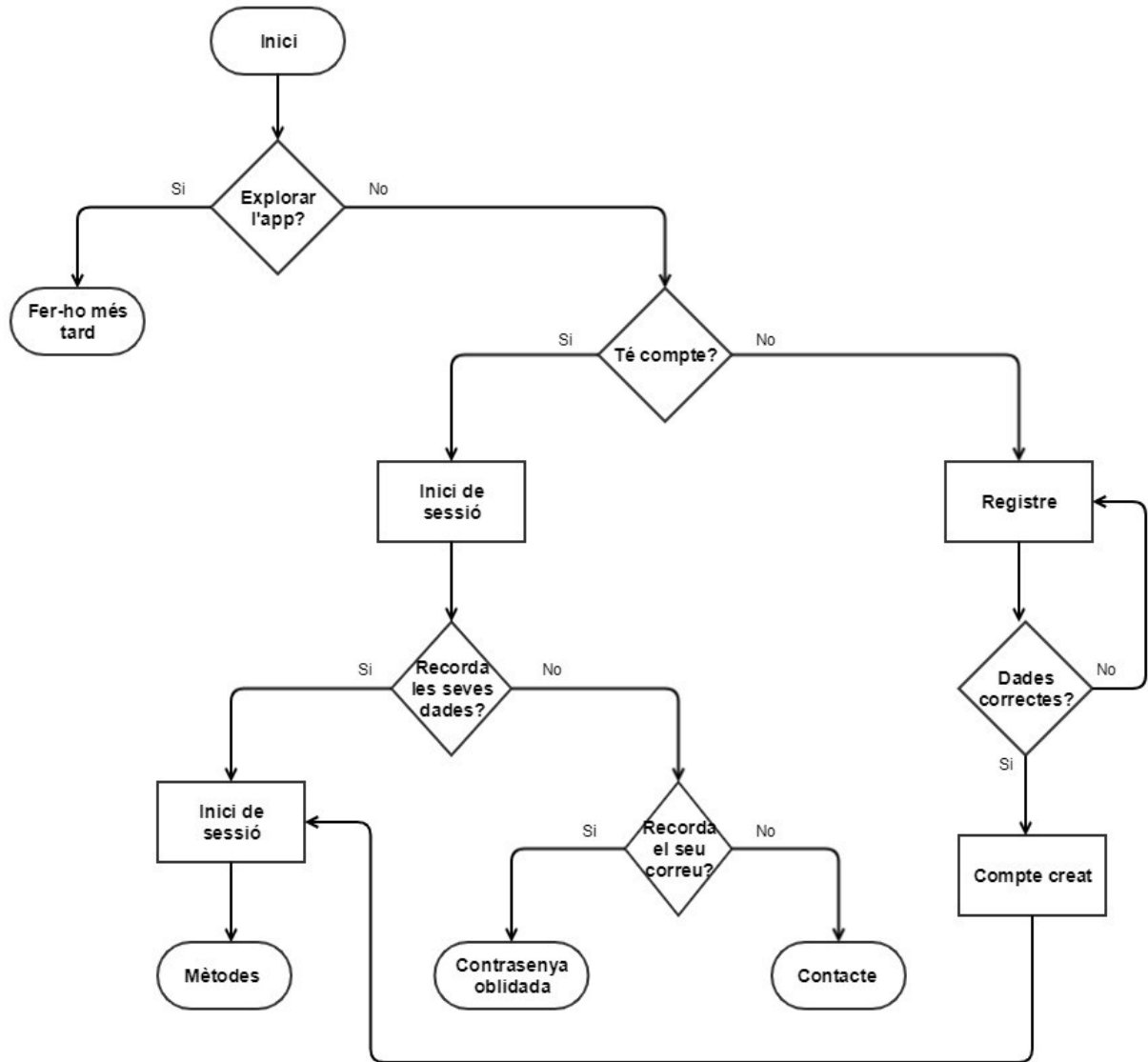


Figura 22. Flux app Inici de sessió

Fase de compra

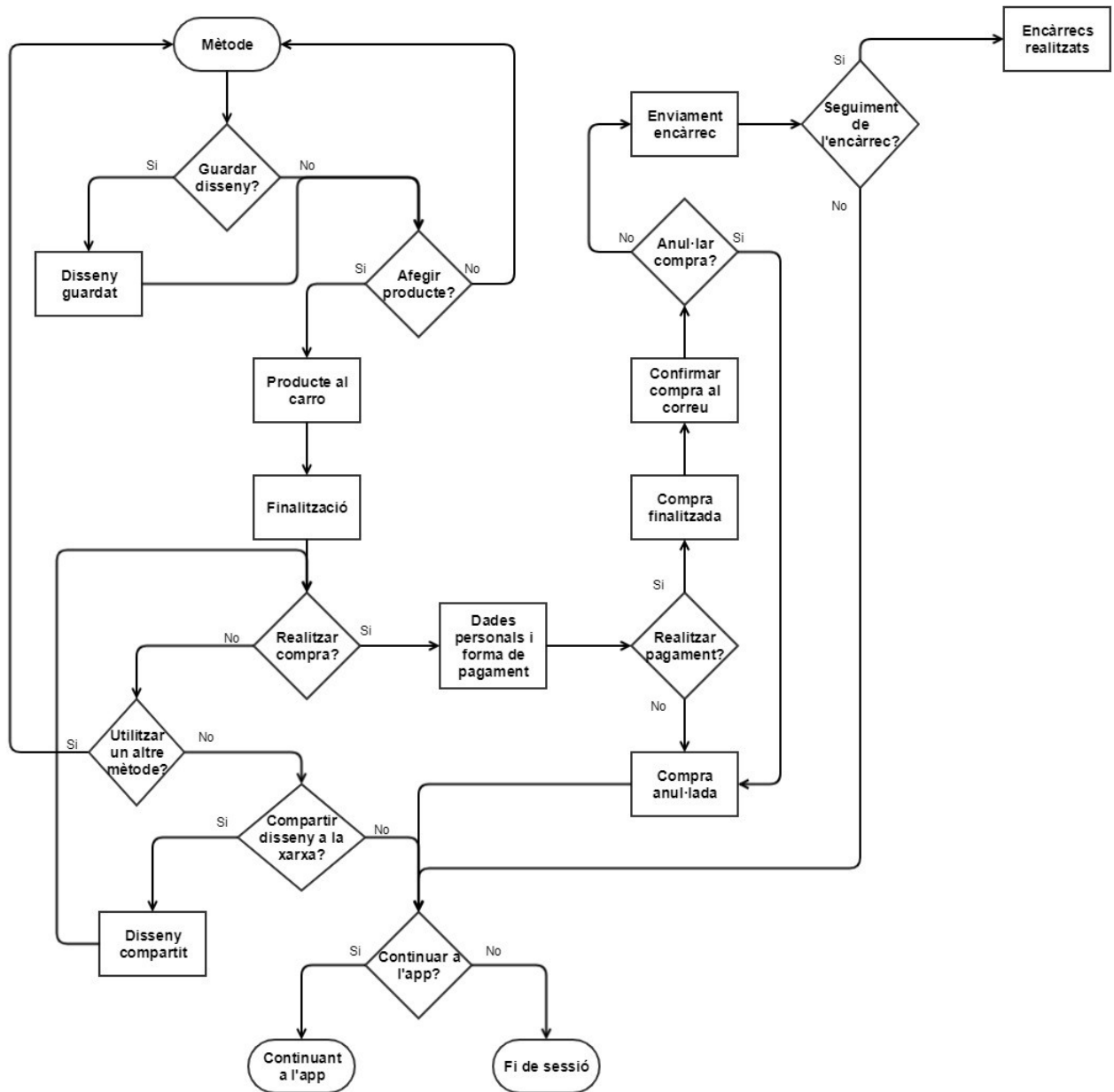


Figura 23. Flux app Fase de compra

11.3. Prototips Lo-Fi

Per realitzar els prototips de baixa fidelitat Lo-Fi de l'aplicació s'han tingut en compte els deu principis d'usabilitat de Jakob Nielsen, que es basen en el Disseny Centrat en l'Usuari, i els perfils d'usuari. L'objectiu era crear una aplicació intuïtiva, senzilla i ràpida d'utilitzar. L'aplicació havia de tenir el menor nombre de pantalles i opcions possibles per evitar el malestar de l'usuari i aconseguir divertir-lo durant el procés de creació o selecció del bentō.

Els prototips s'han dissenyat per a telèfons intel·ligents amb sistema operatiu Android de resolució 1080 x 1920. Per a comprovar que els prototips funcionessin i es visualitzessin correctament, es van provar en un telèfon intel·ligent Samsung Galaxy S6 de resolució 1440 x 2560. Es va utilitzar el mateix telèfon intel·ligent durant les proves d'usabilitat.

La primera versió dels prototips s'ha dissenyat considerant el Disseny Pla (*Flat Design*), un gènere de Disseny d'Interfícies d'Usuari minimalista perquè l'aplicació tingués un aspecte el més senzill possible. Realitzats els prototips, es van aplicar les proves d'usabilitat i, a través dels resultats, es van corregir els errors detectats en ells.

Finalment, el disseny final dels prototips s'ha orientat, a part d'un estil propi, cap a l'anomenat *Material Design*, la normativa de disseny enfocada en la visualització del sistema operatiu Android i desenvolupada per Google, facilitant així la intuïció i ús de la navegació dels prototips en general als usuaris.

Els prototips Lo-Fi es poden veure a grandària real en l'arxiu pdf PAC_FINAL_App_Lo-Fi_LorenteVila_Maria.

Els prototips Lo-Fi s'ha fet interactius, després d'analitzar totes les eines disponibles i les seves limitacions, a través d'*InVision*. Es poden provar en el següent enllaç (en Samsung Galaxy S4 com a millor opció disponible de visualització):

https://invis.io/8CRJAXLJHD6#/358026882_TFG_LoFi1

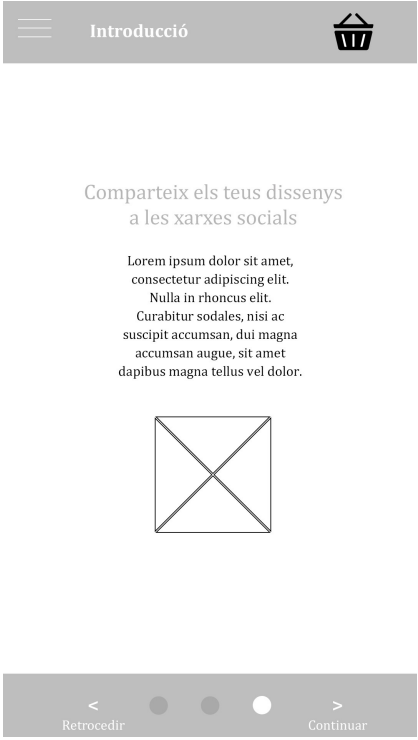


A continuació es mostren els prototips Lo-Fi finals, amb breus explicacions sobre cada pantalla.

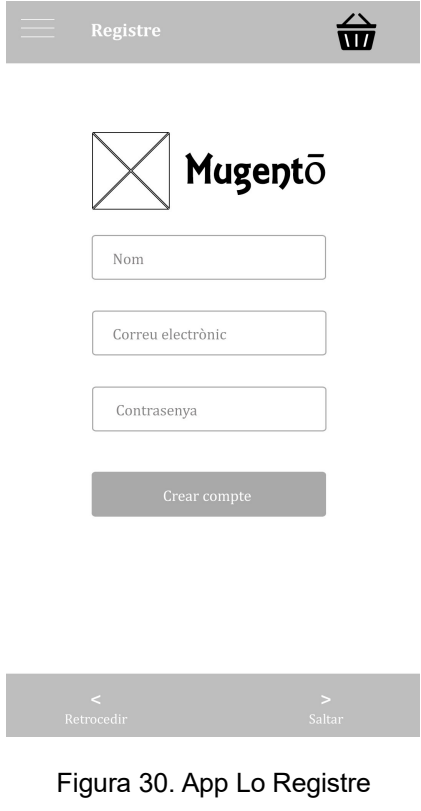
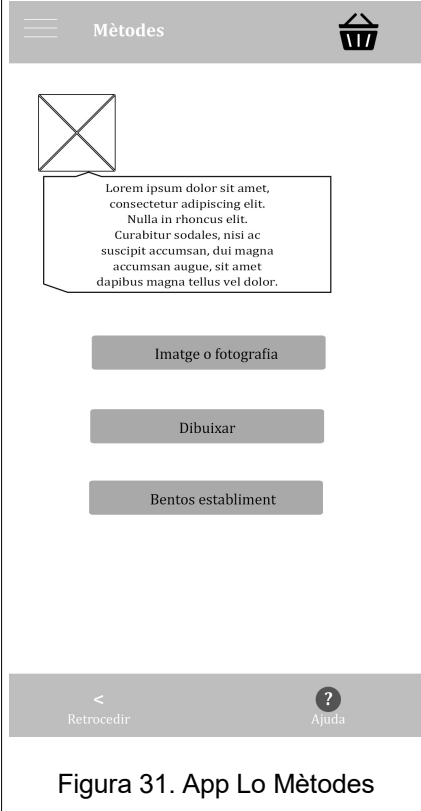
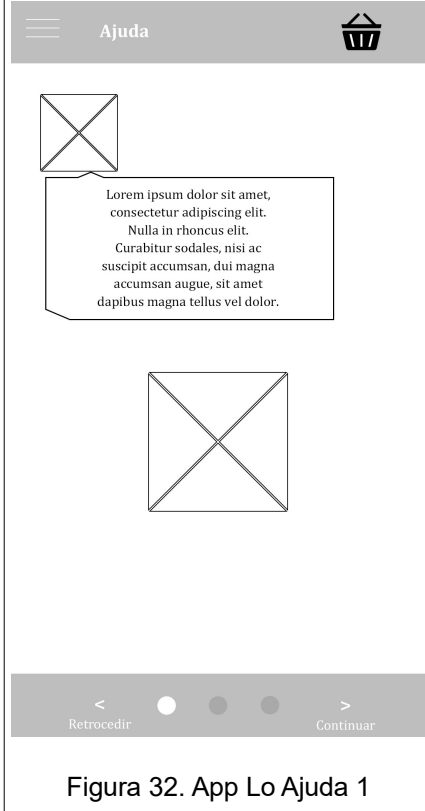


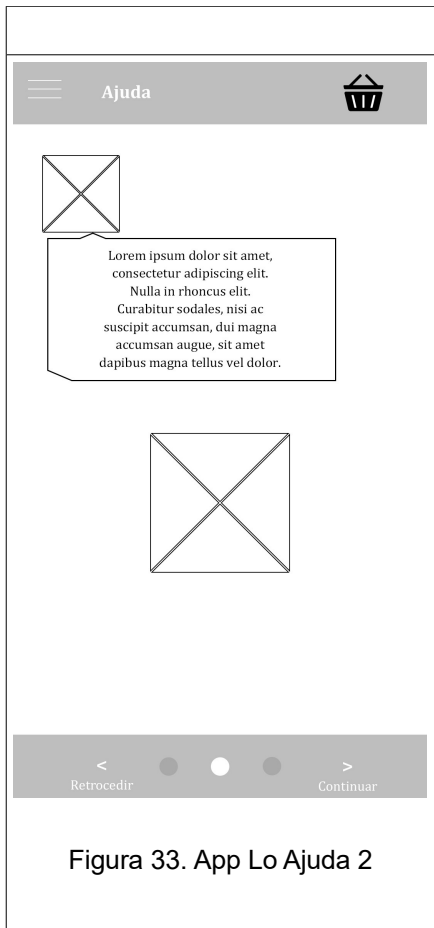
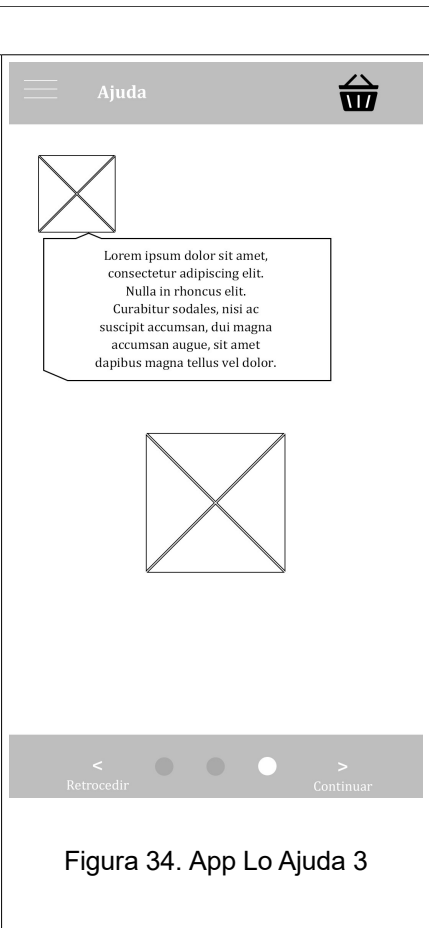
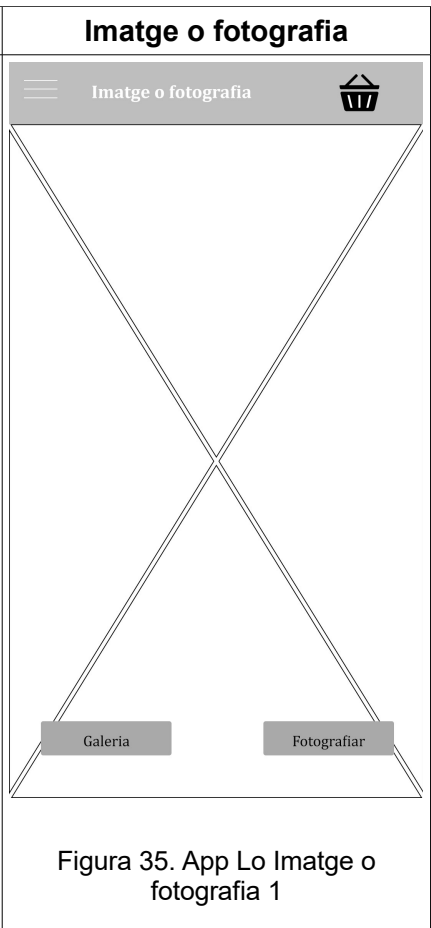
Cada cop que l'usuari obri l'app, i mentre aquesta s'estigui carregant, es mostrarà la *launch screen*, com a portada per donar la benvinguda a l'usuari.

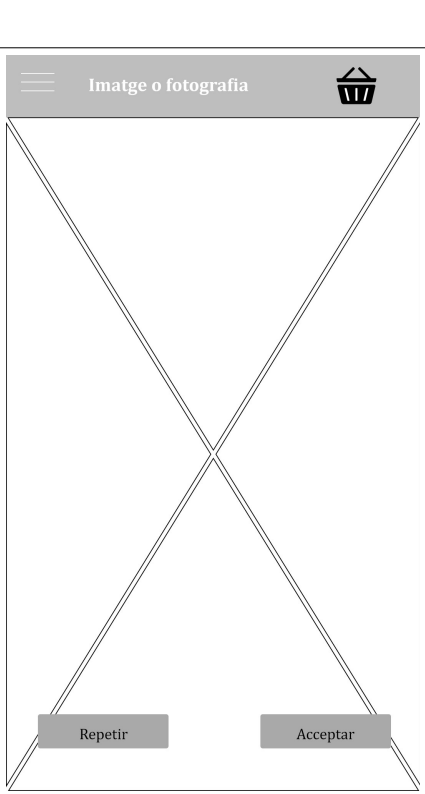
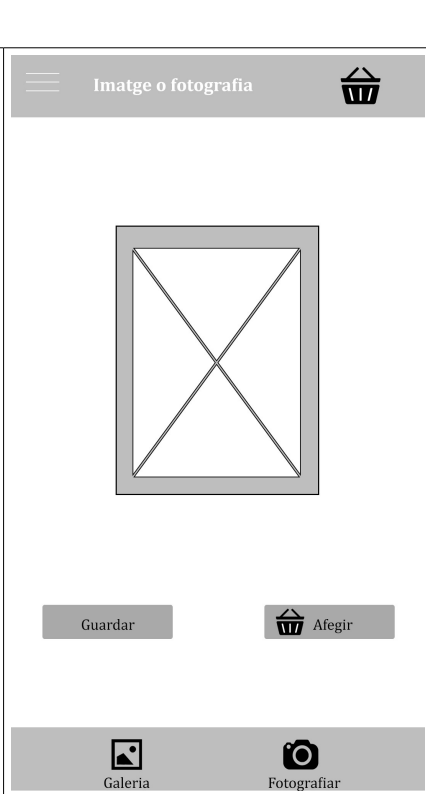
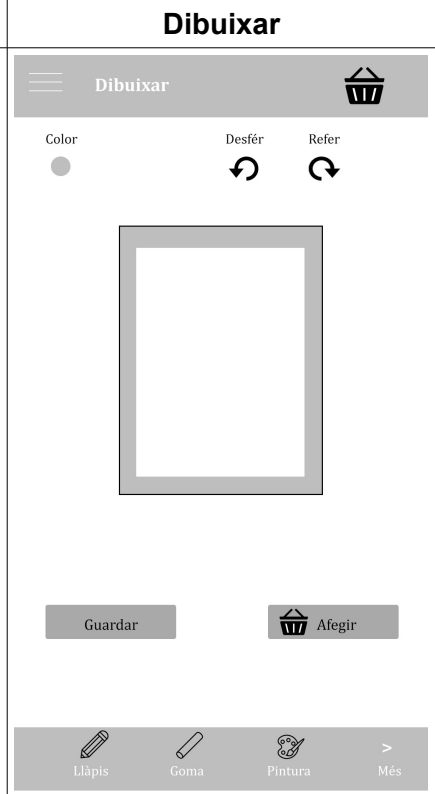
En obrir l'app, per primera vegada, es mostren tres pàgines a manera d'introducció de l'app i les seves funcions. La primera pantalla explica la funció principal de l'app de disseny de bentos.

A les següents pàgines s'accedeixen prement en la fletxa "Continuar" o lliscant la pantalla cap a l'esquerra. La segona pantalla informa l'usuari sobre la compra en línia dels dissenys de bentō creats.

	Inici	Iniciar sessió
 <p>Figura 27. App Lo Introducció 3</p>	 <p>Figura 28. App Lo Inici</p>	 <p>Figura 29. App Lo Iniciar sessió</p>
<p>L'última pantalla comenta la funció de compartir els dissenys creats per l'usuari a les seves xarxes socials.</p>	<p>Acabada la introducció, l'usuari pot iniciar sessió si té un compte, registrar-se pel contrari o ometre aquest pas per explorar l'app.</p>	<p>L'usuari pot iniciar sessió introduint el seu correu electrònic i la seva contrasenya. Si l'oblida o té problemes per entrar, pot clicar en un dels dos enllaços sota el botó "Entrar", els quals obriran el sistema de recuperació de la contrasenya o la informació de contacte de l'empresa.</p>

Registre	Mètodes	Ajuda
 <p>Figura 30. App Lo Registre</p>	 <p>Figura 31. App Lo Mètodes</p>	 <p>Figura 32. App Lo Ajuda 1</p>
<p>Si l'usuari no té un compte, es pot registrar en la pantalla de "Registre". Un cop fet s'iniciarà la sessió i podrà afegir més dades personals a l'apartat de "Dades personals" del menú de navegació.</p>	<p>L'usuari pot dissenyar els seus bentos amb un dels tres mètodes que se li proporcionen en aquest menú. Si té dubtes sobre el funcionament de cadascun, l'usuari pot obtenir informació prement en el botó "Ajuda".</p>	<p>Composta per tres pantalles, l'apartat d'Ajuda explica breument el funcionament dels tres diferents mètodes. La primera pantalla explica la funció del mètode "Imatge o fotografia".</p>

 <p data-bbox="215 985 518 1019">Figura 33. App Lo Ajuda 2</p>	 <p data-bbox="646 985 949 1019">Figura 34. App Lo Ajuda 3</p>	 <p data-bbox="1077 985 1380 1041">Figura 35. App Lo Imatge o fotografia 1</p>
<p data-bbox="146 1086 582 1142">La segona pantalla explica la funció del mètode "Dibuixar".</p>	<p data-bbox="582 1086 1013 1176">Finalment, la tercera pantalla explica la funció del mètode "Bentos establiment".</p>	<p data-bbox="1013 1086 1445 1417">En el primer mètode de creació i disseny de bentos, el d'Imatge o fotografia, l'usuari podrà triar entre fer en el moment una fotografia amb l'app o obrir la galeria d'imatges del seu telèfon mòbil per a seleccionar una prèviament realitzada o una imatge pròpia o descarregada d'Internet.</p>

		
<p>Figura 36. App Lo Imatge o fotografia 2</p>	<p>Figura 37. App Lo Imatge o fotografia 3</p>	<p>Figura 38. App Lo Dibuixar 1</p>
<p>Si l'usuari decideix fer una fotografia amb l'app, una vegada premut el botó de "Fotografiar", es mostrarà aquesta pantalla per fer-la. Depenent del resultat, l'usuari podrà acceptar o repetir la fotografia.</p>	<p>A partir de la imatge o fotografia escollida o realitzada, l'app et donarà l'opció de crear un producte el més semblant possible a la persona, animal o element de la imatge o fotografia a través d'un llistat d'ingredients.</p>	<p>En el segon mètode de creació i disseny de bentos, el de "Dibuixar", consisteix en un llenç amb un rectangle (representant una caixa bentō) com a base i una zona inferior amb eines a l'estil dels programes de dibuix.</p>

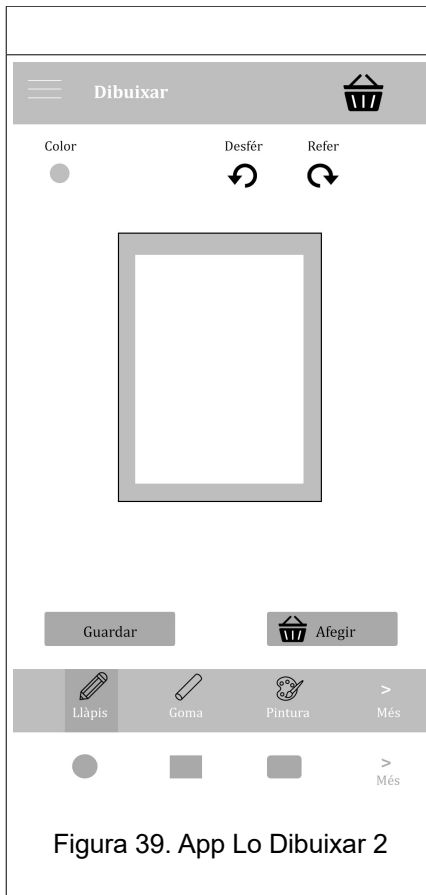


Figura 39. App Lo Dibuixar 2

L'usuari pot escollir colors, desfer i refer passos. En seleccionar una de les eines de dibuix de la zona inferior, aquesta s'estén cap amunt, mostrant diferents elements d'aquesta eina.

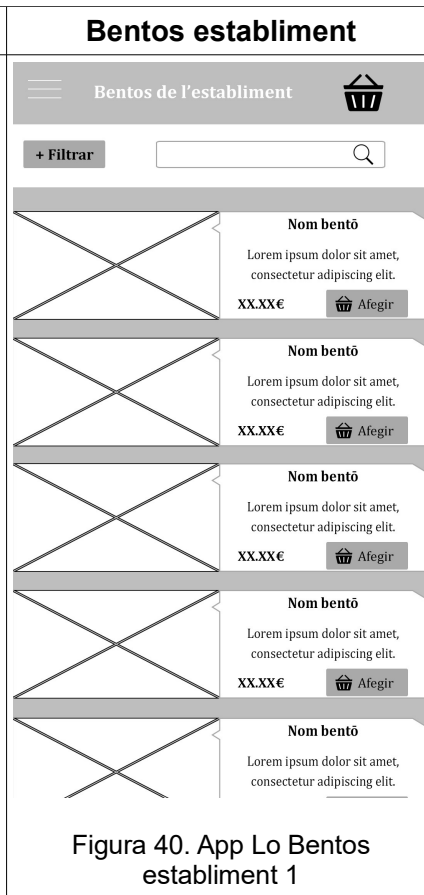


Figura 40. App Lo Bentos establiment 1

En l'últim mètode, "Bentos de l'establiment", l'usuari tindrà una llista dels diferents bentos que són creats i dissenyats per Mugentō.

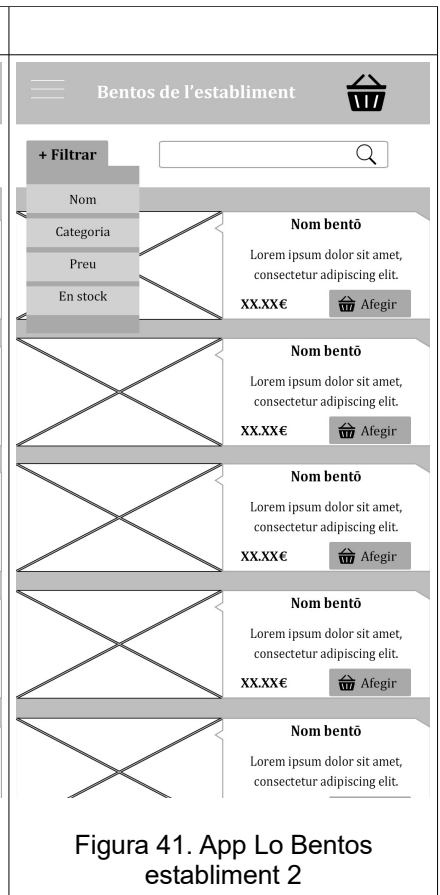


Figura 41. App Lo Bentos establiment 2

La llista dels bentos es podrà filtrar pel seu nom alfabèticament, per la seva categoria (*Kyaraben, Ekiben, etc.*), el seu preu i per disponibilitat (si està en estoc o no). Si un bentō no està en estoc, però l'usuari el vol per més endavant, el podrà encarregar igualment, esmentant això si per quan el vol, amb el botó "Afegir".

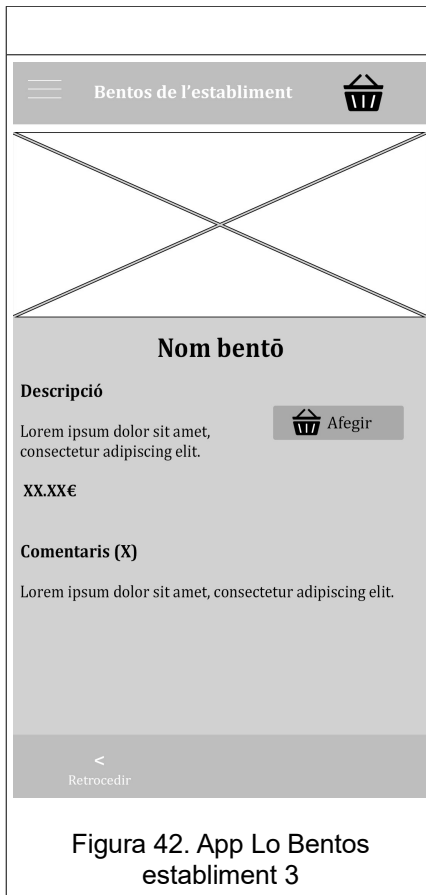


Figura 42. App Lo Bentos establiment 3

Si es prem en el nom i descripció del bentō, l'usuari accedirà a aquesta pantalla, on podrà visualitzar millor els diferents elements comuns amb la pantalla anterior i podrà fer o llegir comentaris d'altres usuaris.

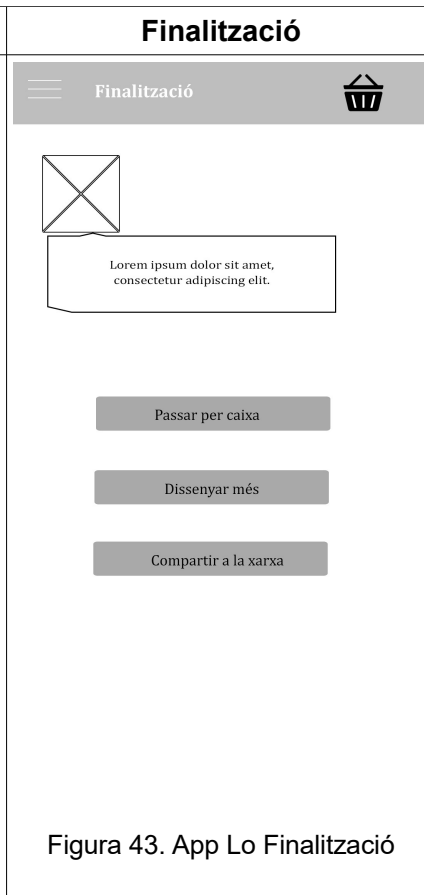


Figura 43. App Lo Finalització

En acabar amb qualsevol dels tres mètodes, l'usuari podrà accedir a aquesta pantalla, on es podrà pagar el producte o productes, dissenyar-ne més o compartir-los a les xarxes socials.

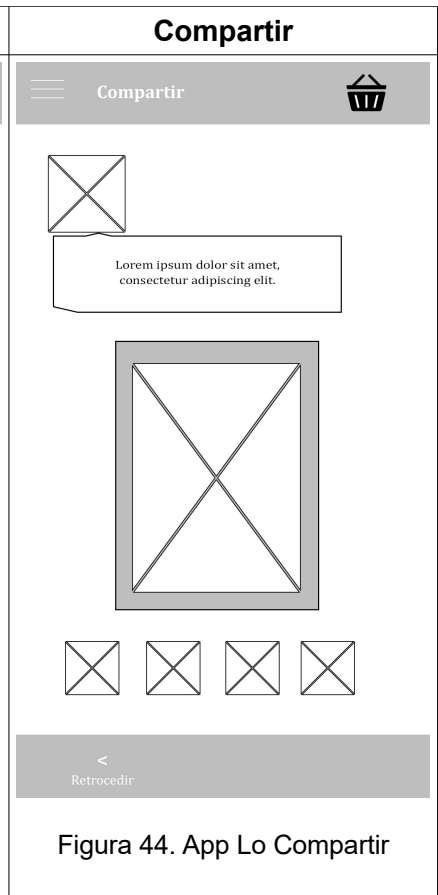


Figura 44. App Lo Compartir

La pantalla de "Compartir" mostra el producte final (si n'hi ha més d'un, es poden veure lliscant la pantalla cap a l'esquerra). Per a compartir-ho l'usuari haurà de seleccionar una o diverses de les xarxes socials disponibles i iniciar sessió en elles amb el seu compte.

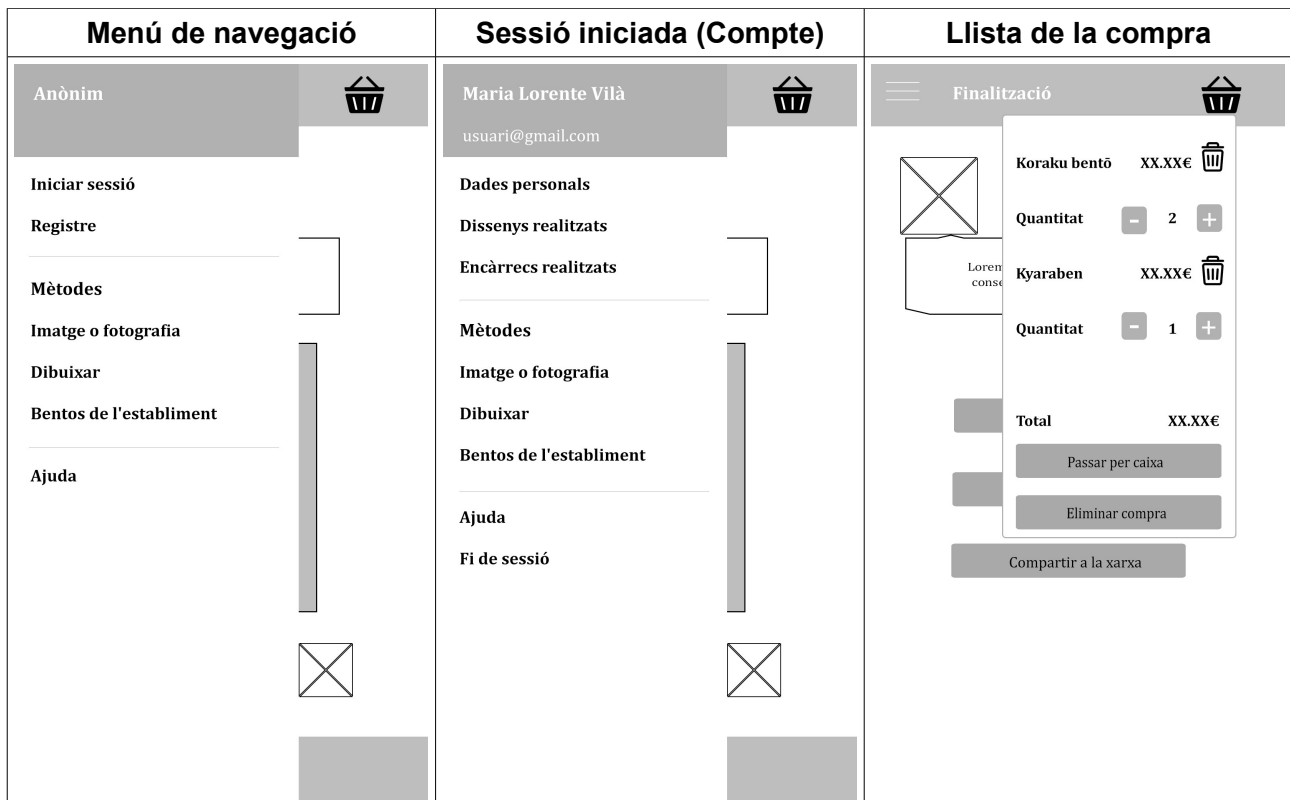


Figura 45. App Lo Menú navegació

Figura 46. App Lo Sessió iniciada

Figura 47. App Lo Llista compra

El menú de navegació, el qual s'accedeix mitjançant el botó superior esquerra, comú en quasi tota l'app, conté els enllaços més importants d'aquesta.

Si l'usuari inicia la sessió, on l'apartat superior del menú (Anònim), s'escriurà el seu nom, cognoms i correu electrònic. També es canviaran els enllaços propis de l'usuari Anònim pels de l'usuari identificat (Dades personals, Dissenys realitzats i Encàrrecs realitzats). Finalment apareixerà l'opció de finalitzar la sessió.

Quan l'usuari premi la icona de la cistella de la compra s'obrirà, en la mateixa pantalla, una llista amb la informació de tots els productes afegits, la seva quantitat, la qual es podrà modificar, i el preu individual i total. L'usuari tindrà l'opció d'eliminar individualment els productes, eliminar tota la compra o passar directament per caixa.

11.4. Prototips Hi-Fi

En el disseny gràfic dels prototips d'alta definició Hi-Fi s'han utilitzat part de les pautes de la guia d'estil de *Material Design*. A part dels colors corporatius, s'han utilitzat altres colors semblants a aquests, com el blanc (#ffffff) i el negre (#000000). També s'han afegit un botó guardar en el mètode de Bentos establiment, on els perfils individuals de cada bentō, donada la seva falta per accedir correctament a la pàgina de Finalització, i una pàgina nova, corresponent a Contacte, que correspon, com indica el nom, a les dades per contactar amb l'empresa. Aquesta pàgina s'ha afegit pel mateix motiu que el botó anterior. També s'han incorporat noves icones.

S'han aplicat botons de diverses grandàries i colors, segons la seva importància i finalitat. Totes les icones van acompanyats per una paraula que indica la seva funció per a facilitar la seva comprensió.

Una de les característiques del disseny de *Material Design* és l'ús d'ombres en elements per a simular una superfície tridimensional. Aquestes ombres s'han aplicat en alguns dels elements perquè semblés que estiguessin surant, com els botons.

Finalment, les il·lustracions utilitzades s'han seleccionat tenint present el *Flat Design* perquè fossin minimalistes, senzilles i fàcils d'interpretar.

Els prototips Hi-Fi es poden veure a grandària real en l'arxiu pdf PAC_FINAL_App_Hi-Fi_LorenteVila_Maria.

Els prototips Hi-Fi es poden provar en el següent enllaç:

https://invis.io/UGRNE81JVK7#/359302246_TFG_HiFi1

A continuació es mostren els prototips Hi-Fi finals.







<p>Launch screen</p> 	<p>Introducció</p> <div data-bbox="580 206 1008 965"> <p>Introducció</p> <p>Dissenya el teu propi bentō japonès</p> <p>Selecciona un dels tres mètodes disponibles per començar a dissenyar tota classe de bentos.</p>  </div> <div data-bbox="1008 206 1445 965"> <p>Introducció</p> <p>Compra online el teu bentō</p> <p>Compra els bentos dissenyats des del teu mòbil per rebre-la a casa, a la feina o recollir-la al nostre local</p>  </div> <p style="text-align: center;">Continuar Retrocedir Continuar</p>	
<p>Figura 48. App Hi Launch screen</p>	<p>Figura 49. App Hi Introducció 1</p>	<p>Figura 50. App Hi Introducció 2</p>
<p>Introducció</p> <p>Comparteix els teus dissenys a les xarxes socials</p> <p>Pots compartir els teus dissenys als teus comptes de les xarxes socials.</p>  <p style="text-align: center;">Retrocedir Continuar</p>	<p>Inici</p>  <p>Iniciar sessió</p> <p>Registre</p> <p>Fer-ho més tard</p>	<p>Iniciar sessió</p>  <p>Correu electrònic</p> <p>Contrasenya</p> <p>Entrar</p> <p>No recordes la teva contrasenya?</p> <p>No pots iniciar sessió?</p> <p style="text-align: center;">Retrocedir Saltar</p>
<p>Figura 51. App Hi Introducció 3</p>	<p>Figura 52. App Hi Inici</p>	<p>Figura 53. App Hi Iniciar sessió</p>



Figura 54. App Hi Registre

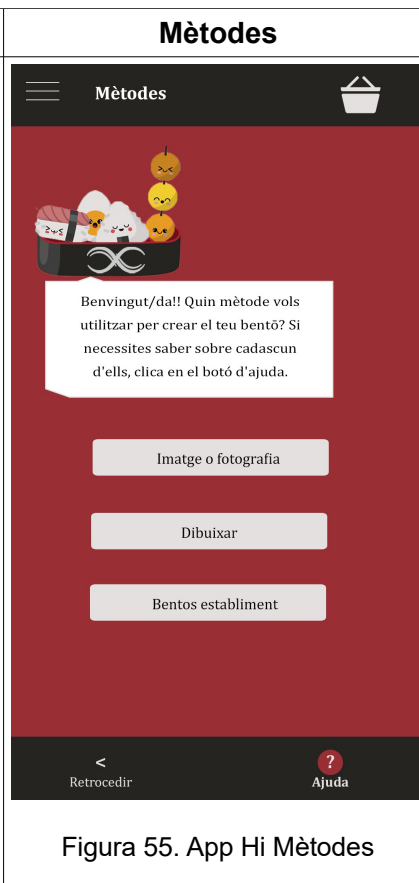


Figura 55. App Hi Mètodes



Figura 56. App Hi Ajuda 1

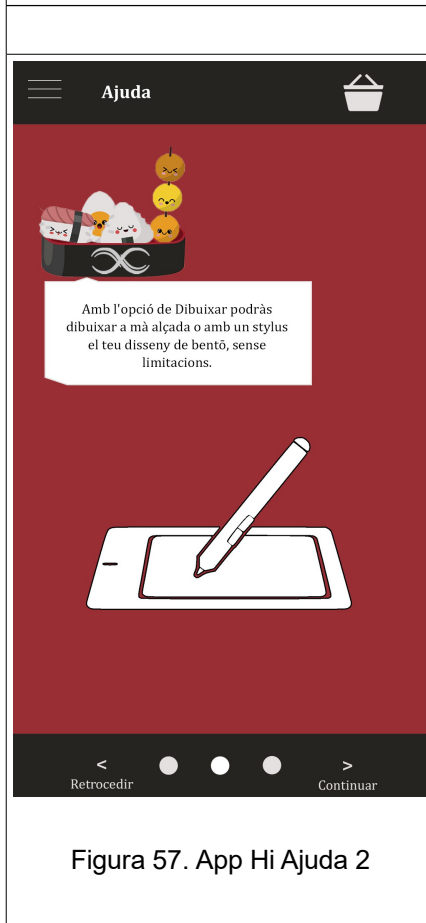


Figura 57. App Hi Ajuda 2



Figura 58. App Hi Ajuda 3

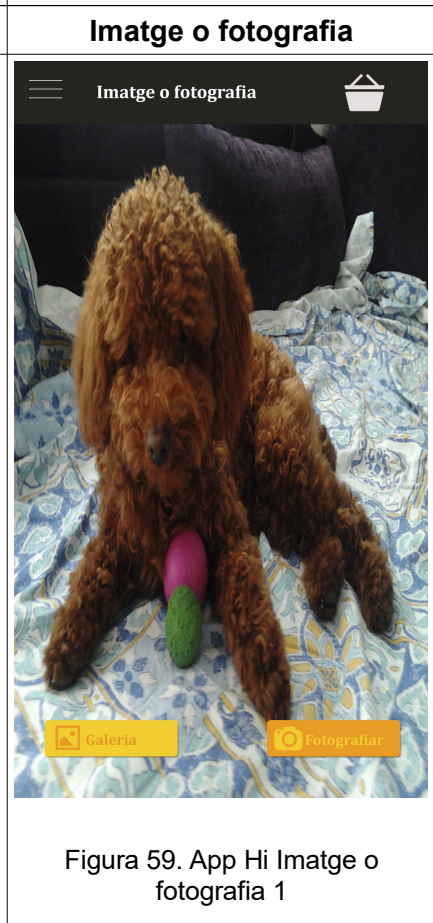


Figura 59. App Hi Imatge o fotografia 1

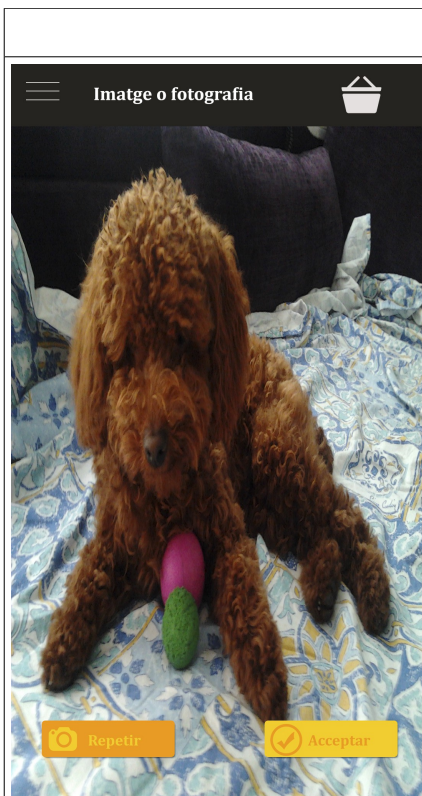


Figura 60. App Hi Imatge o fotografia 2

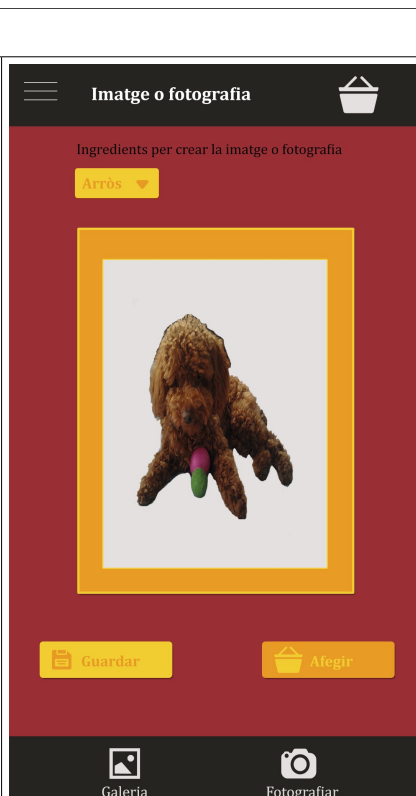


Figura 61. App Hi Imatge o fotografia 3

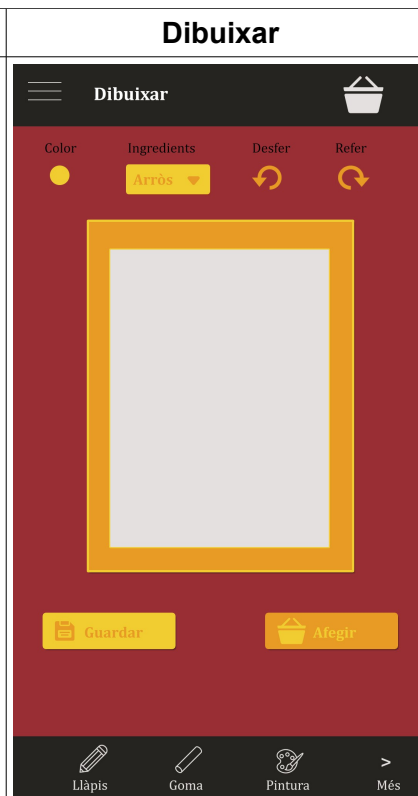


Figura 62. App Hi Dibuixar 1



Figura 63. App Hi Dibuixar 2

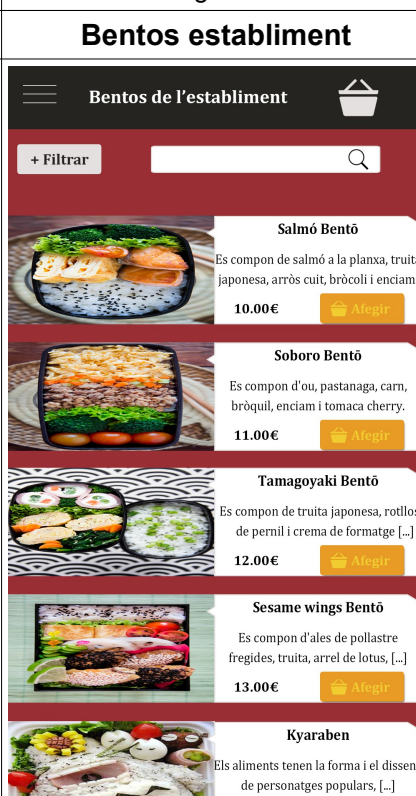


Figura 64. App Hi Bentos establiment 1



Figura 65. App Hi Bentos establiment 2



Figura 66. App Hi Bentos establiment 3

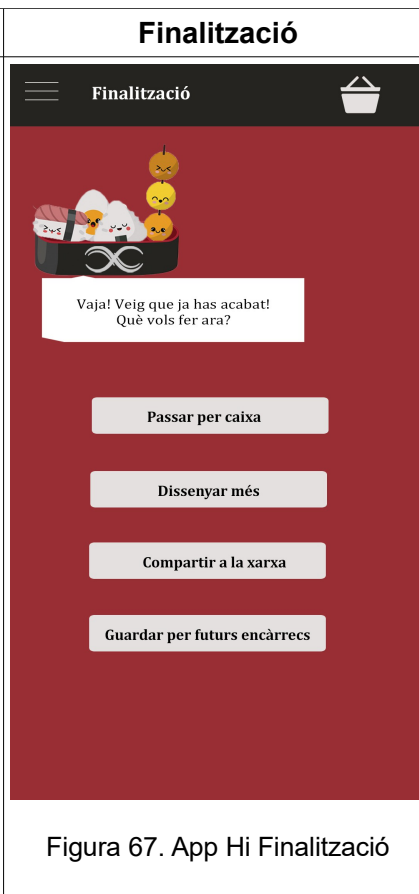


Figura 67. App Hi Finalització

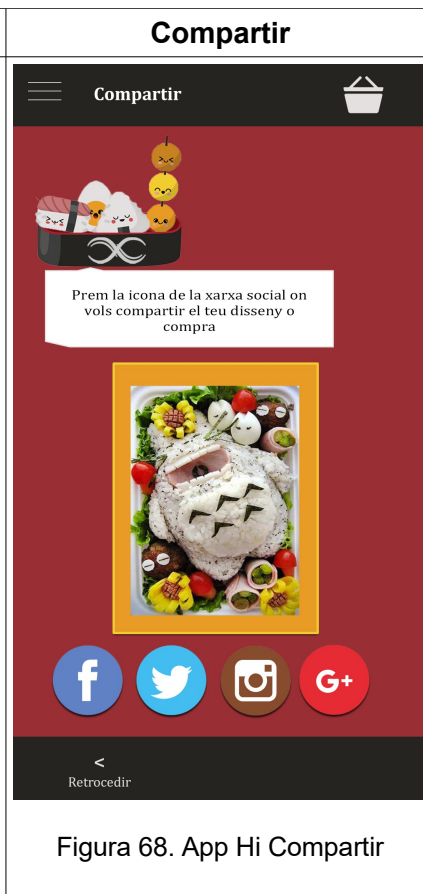


Figura 68. App Hi Compartir

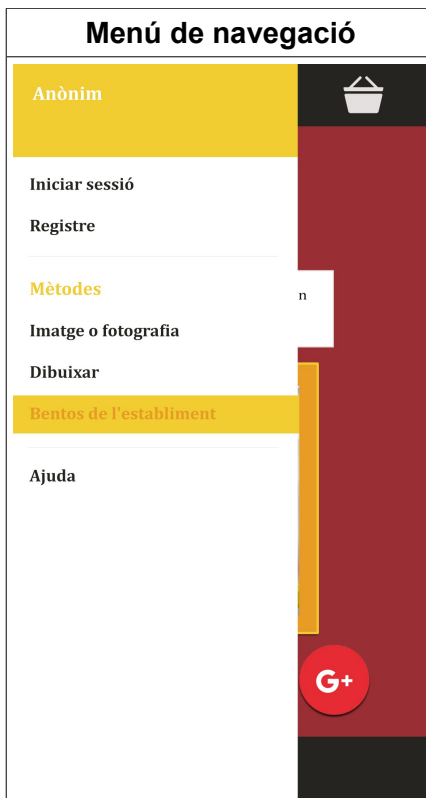


Figura 69. App Hi Menú navegació

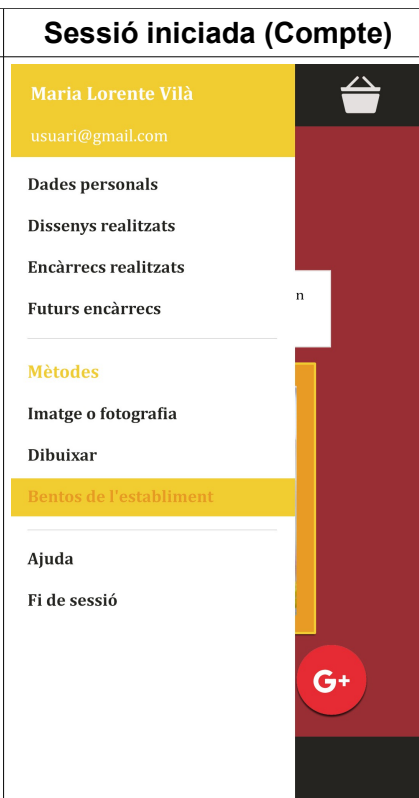


Figura 70. App Hi Sessió iniciada

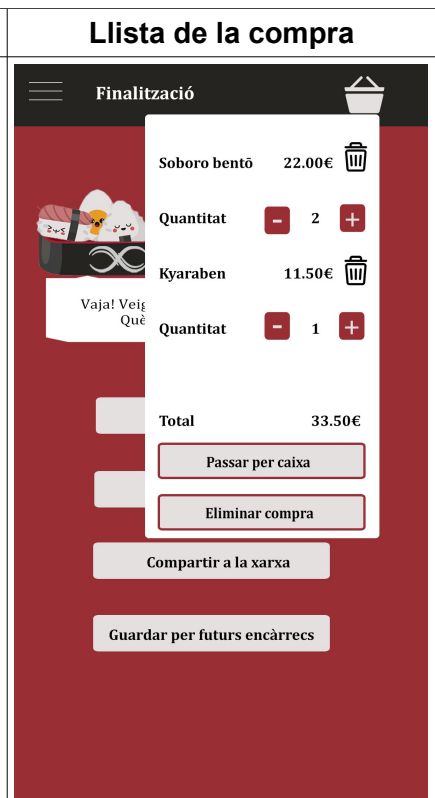


Figura 71. App Hi Llista compra



Figura 72. App Hi Contacte

11.5. Icona

La icona de l'app de Mugentō té un disseny senzill concorde al disseny minimalista de l'app. Es tracta d'una icona quadrada de vores arrodonides amb fons blanc i sense vores traçades (la vora negra es mostra solament per a delimitar la icona) que mostra l'imatge tip del logo de Mugentō.

En la següent imatge es mostra la icona en diverses grandàries segons la resolució del telèfon intel·ligent on s'instal·li l'app.

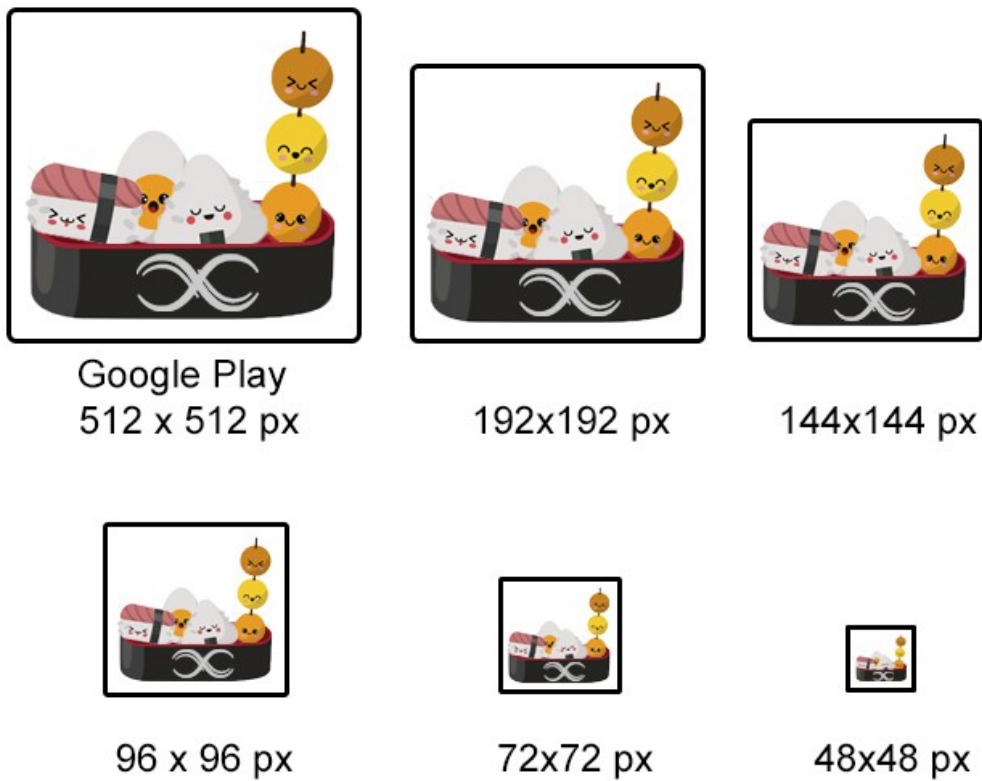


Figura 73. Icona app

12. Perfils d'usuari

Els perfils d'usuari han estat creats a partir de les dades del públic objectiu i potencial que es busca atraure. Aquests perfils ajudaran a l'empresa per conèixer al seu públic en aspectes com l'edat, el gènere, els comportaments en la seva vida quotidiana, les seves necessitats i objectius respecte als productes i serveis de l'empresa, entre altres.

Un cop es té una visió clara dels perfils d'usuari, el disseny d'un producte o servei es podrà dirigir cap al públic objectiu més fàcilment, ja que no totes les persones o usuaris arriben a tenir, per exemple, les mateixes necessitats. Si es desenvolupés un projecte sense un enfocament concret del públic, es donaria fàcilment un no compliment dels seus objectius, fet que acabaria amb el fracàs del projecte.

A continuació s'exposen quatre perfils creats per a Mugentō que compleixen el perfil d'usuari de la marca.

	Anna Lorente
	Edat: 57 Estat civil: Soltera Professió: Advocada Lloc Residència: Sabadell Dispositius que utilitza: Ordinador, smartphone, tablet Tecnologia: Internet, compres en línia, xarxes socials Necessitats: Comprar bents per menjar durant les estones lliures a la feina
Descripció	
L'Anna és una persona amb més feina que temps lliure al seu treball. La major part dels cops s'ha d'emportar menjar fet de casa per poder dinar, tot i que aquest no aporta les proteïnes adequades. Quan torna a casa revisa, mitjançant Internet, si és necessari fer alguna compra respecte a l'alimentació. Alguns caps de setmana, si no té forces o ganes per cuinar encarrega menjar per Internet.	
Escenari	
Arriba un diumenge on L'Anna té ganes d'encarregar menjar per dinar, però no sap si demanar cuina mediterrània o asiàtica. Mentre investiga per decidir-se coneix Mugentō i decideix comprar-hi per descobrir si són saludables i bons per encarregar-los algun dia a la feina. També vol que el procés de compra sigui fàcil.	

Figura 74. Perfil d'usuari 1


	Míriam Cómित्रे
	<p>Edat: 24</p> <p>Estat civil: Soltera</p> <p>Professió: Professora d'infantil</p> <p>Lloc Residència: Sabadell</p> <p>Dispositius que utilitza: Ordinador, smartphone</p> <p>Tecnologia: Internet, compres en línia, apps, xarxes socials</p> <p>Necessitats: Fer que els seus alumnes es diverteixin menjant de tot.</p>
Descripció	
<p>La Míriam és una fan de la decoració, de l'art culinària. Des de fa poc que treballa en una escola on anteriorment va fer les pràctiques del grau. Està en una de les classes de P-3 i alguns dels seus alumnes tenen dificultats per menjar el menjar fet de casa o el que l'escola proporciona. Com que s'està a l'escola fins a la tarda, en les estones lliures menja a la sala de professors el que s'ha fet a casa mentre fa compres en línia.</p>	
Escenari	
<p>Un dia es troba que cinc alumnes no volen menjar-se el menjar de l'escola perquè no els hi agraden les verdures i el peix. Al final acaben menjant, amb desgana. La Míriam es pregunta si alguna empresa fa decoració de menjar infantil i així és com descobreix Mugentō i els seus <i>Kyaraben</i>. Decideix utilitzar l'app.</p>	

Figura 75. Perfil d'usuari 2

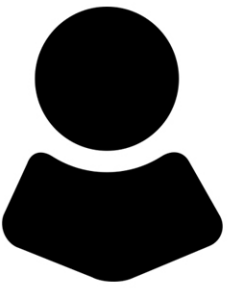
	Víctor García
	<p>Edat: 28</p> <p>Estat civil: Solter</p> <p>Professió: Cuiner en un restaurant japonès</p> <p>Lloc Residència: Barcelona</p> <p>Dispositius que utilitza: Ordinador, smartphone</p> <p>Tecnologia: Internet, compres en línia, apps, xarxes socials</p> <p>Necessitats: Dissenyar un nou menú pels clients, sobretot pels petits</p>
Descripció	
<p>Des dels deu anys en Víctor està unit a la cultura japonesa a través de l'anime i el manga. Gràcies a les escenes on es veia als personatges menjant plats japonesos va decidir ser cuiner especialitzat en la cuina japonesa. També li agrada dibuixar i a vegades en fa de plats japonesos en forma de paisatges o personatges anime. En un futur li agradaria aplicar els seus dissenys en els plats del restaurant.</p>	
Escenari	
<p>En Víctor desitja viatjar al Japó i investigar la pròpia cuina japonesa. S'interessa sobretot pels bentos i la seva decoració. Mentre busca per les xarxes socials imatges d'això troba una feta a Catalunya, coneixent l'aplicació mòbil de Mugentō. Decideix utilitzar-la per dissenyar els seus propis bentos i comprar-ne un de prova.</p>	

Figura 76. Perfil d'usuari 3

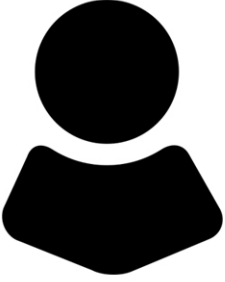
	Kazuki Akana
<p>Edat: 55</p> <p>Estat civil: Casat</p> <p>Professió: Professor de japonès</p> <p>Lloc Residència: Devon, Regne Unit (prèviament a Sabadell)</p> <p>Dispositius que utilitza: Ordinador, smartphone</p> <p>Tecnologia: Internet, compres en línia, apps, xarxes socials</p> <p>Necessitats: Vèncer la nostàlgia culinària japonesa.</p>	
Descripció	
<p>Nascut al Japó i vivint-hi fins fa deu anys, va venir a viure a Sabadell amb part de la seva família per treballar com a professor de japonès. Al cap d'uns anys se'n va anar a viure al Regne Unit a la ciutat de la seva dona. Durant les seves estones lliures es dedica a fer vídeos, curtmetratges japonesos i a vegades troba a faltar el Japó, sobretot els seus edificis i els bentos que li preparava la seva mare.</p>	
Escenari	
<p>En Kazuki vol estar com més a prop millor del gust dels bentos familiars, però sap que el negoci dels bentos és nul a Anglaterra, així que busca una aplicació que li permeti poder trobar l'estil de bentō que busca. Al cap de diversos intents troba Mugentō i se sent atret a utilitzar-la pel seu sistema de creació i formació dels bentos.</p>	

Figura 77. Perfil d'usuari 4

13. Usabilitat

S'han dut a terme dues proves d'avaluació per a l'aplicació, compostes per un test d'usabilitat de quatre tasques i un qüestionari post-test, amb els quatre usuaris descrits en el punt anterior: Perfils d'usuari. L'objectiu de les proves era dissenyar l'app de l'establiment de venda de bentos per adaptar el màxim possible les necessitats dels usuaris perquè els fos útil, còmoda i ràpida d'usar.

La primera prova es va realitzar un cop dissenyats els prototips de baixa fidelitat Lo-Fi per a detectar possibles errors d'arquitectura, disseny i usabilitat, i així corregir-los abans de dissenyar els prototips d'alta fidelitat Hi-Fi, estalviant així temps.

La segona prova es va efectuar una vegada corregits els errors dels prototips Lo-Fi en els prototips Hi-Fi i havent-los dissenyats. La intenció d'aquesta última prova era comprovar que el disseny aplicat és el correcte, que compleix les necessitats i expectatives dels usuaris, per a donar per finalitzada l'app.

A causa de la gran extensió de les proves d'avaluació, aquestes s'adjunten en un PDF a part nomenat PAC_FINAL_Usabilitat_LorenteVila_Maria.

14. Projecció a futur

Segons el seu pressupost aproximat que es pot trobar en el següent punt, Mugentō podria posar-se en funcionament i ser una realitat en el futur. L'establiment ja disposaria dels elements d'identitat visual corporativa, del brífing d'empresa i del disseny dels prototips per la seva app adaptats a les necessitats i expectatives del seu públic objectiu i potencial.

Un cop posat en funcionament l'empresa i el local, a partir dels prototips es programaria l'app per a ser integrament funcional. Un cop programada i finalitzada, es contractaria un servei de hosting per a allotjar l'app i pujar-la, primer de tot, a *Google Play*. Si l'empresa tingués bon acolliment i l'app moltes descàrregues i usuaris, es desenvoluparia també en iOS.

Cada cert temps l'app tindria actualitzacions per corregir errors, s'anirien afegint nous continguts relacionats amb els mètodes de disseny de bentos, i es redissenyarien els elements gràfics.

15. Pressupost

El següent pressupost inicial estimatori inclou les tasques a desenvolupar i l'equip humà. No s'han comptat les hores emprades per cada tasca.

Equip humà	Tasca	Cost
Director de màrqueting	Elaboració dels brífings	300,00 €
Dissenyador gràfic	Disseny del logo	450,00 €
	Selecció de les tipografies	175,00 €
	Selecció dels colors corporatius	150,00 €
	Realització del manual d'identitat corporativa	800,00 €
	Disseny de la papereria	100,00 €
	Disseny de l'embalatge	200,00 €
	Disseny de la hostaleria	100,00 €
	Disseny de la cartelleria	300,00 €
Arquitecte de la informació	Estructura de navegació	150,00 €
	Fluxos de navegació	250,00 €
	Gestió dels continguts	125,00 €
Dissenyador app	Disseny de prototips Lo-Fi	400,00 €
	Disseny de prototips Hi-Fi	800,00 €
Expert en usabilitat	Proves d'usabilitat	600,00 €
Total		4.900,00 €

Taula 4. Pressupost

16. Conclusions

La realització del projecte m'ha suposat un repte professional, però també personal, al qual m'he enfrontat amb molta il·lusió i interès. Des del seu inici he desitjat poder aplicar, portar a la pràctica tots els coneixements adquirits al llarg del grau Multimèdia i adquirir-ne de nous, ampliant els horitzons pel meu futur laboral.

Les meves expectatives s'han complert. Per un costat, he obtingut nous coneixements sobre aspectes que desconeixia, sent els casos del disseny per a dispositius Android, *Material Design*, i l'eina *InVision* per poder convertir en interactius els prototips de baixa i d'alta fidelitat de l'aplicació mòbil. Mentre els anava utilitzant el meu interès i desig per crear noves aplicacions augmentava.

Per l'altre, vaig poder tornar a practicar i aprofundir en temes de diverses assignatures ja cursades en la UOC, com són Disseny gràfic i Imatge i llenguatge visual pel logo i el manual d'identitat corporativa, Arquitectura de la informació per l'estructura de navegació i el disseny de prototips, Disseny d'interfícies multimèdia pels perfils d'usuari, Metodologia i desenvolupament de projectes en xarxa i Gestió de projectes pels brífings de l'empresa i el projecte, i Usabilitat les proves d'usabilitat. També he aprofitat els coneixements que ja tenia de programes, sobretot d'*Adobe Photoshop*, el qual utilitzo des de fa temps per projectes personals.

Finalment, en aspectes personals, estant el tema del projecte relacionat amb el Japó, m'he pogut sentir còmode i molt propera amb ell -el projecte-. En definitiva, ha valgut la pena tot l'esforç realitzat per tota l'experiència adquirida, estic molt satisfeta amb la feina realitzada i espero poder continuar i millorar en el futur en l'àmbit professional.

Annex 1. Lliurables del projecte

Els arxius creats i lliurats al llarg del Treball Final de Grau són els següents:

Memoria: PAC_FINAL_mem_LorenteVila_Maria.pdf. Document amb la memòria del projecte.

Diagrama de Gantt: PAC_FINAL_DiaGrantt_LorenteVila_Maria.pdf. Inclou el Diagrama de Gantt amb la planificació de les tasques del projecte.

Manual d'identidad corporativa:

PAC_FINAL_ManualIdentitatCorporativa_LorenteVila_Maria.pdf. Manual d'identitat corporativa de Mugentō.

Estructura App: PAC_FINAL_EstructurApp_LorenteVila_Maria.pdf. Estructura i fluxos de navegació de l'aplicació mòbil.

Prototips Lo-Fi App: PAC_FINAL_App_Lo-Fi_LorenteVila_Maria.pdf. Prototips Lo-Fi de l'aplicació mòbil.

Prototips Hi-Fi App: PAC_FINAL_App_Hi-Fi_LorenteVila_Maria.pdf. Prototips Hi-Fi de l'aplicació mòbil.

Proves d'usabilitat: PAC_FINAL_Usabilitat_LorenteVila_Maria.pdf. Tests i qüestionaris realitzats pels voluntaris per a avaluar els prototips de l'aplicació mòbil.

Presentació del projecte escrit-visual: PAC_FINAL_prs_LorenteVila_Maria.pdf

Autoinforme d'avaluació: PAC_FINAL_Informe_Autoavaluacio_LorenteVila_Maria.pdf

Presentació del projecte en vídeo: PAC_FINAL_vid_LorenteVila_Maria.mp4

Annex 2. Captures de pantalla

A continuació s'exposen algunes captures de pantalla del procés de creació d'elements del projecte.

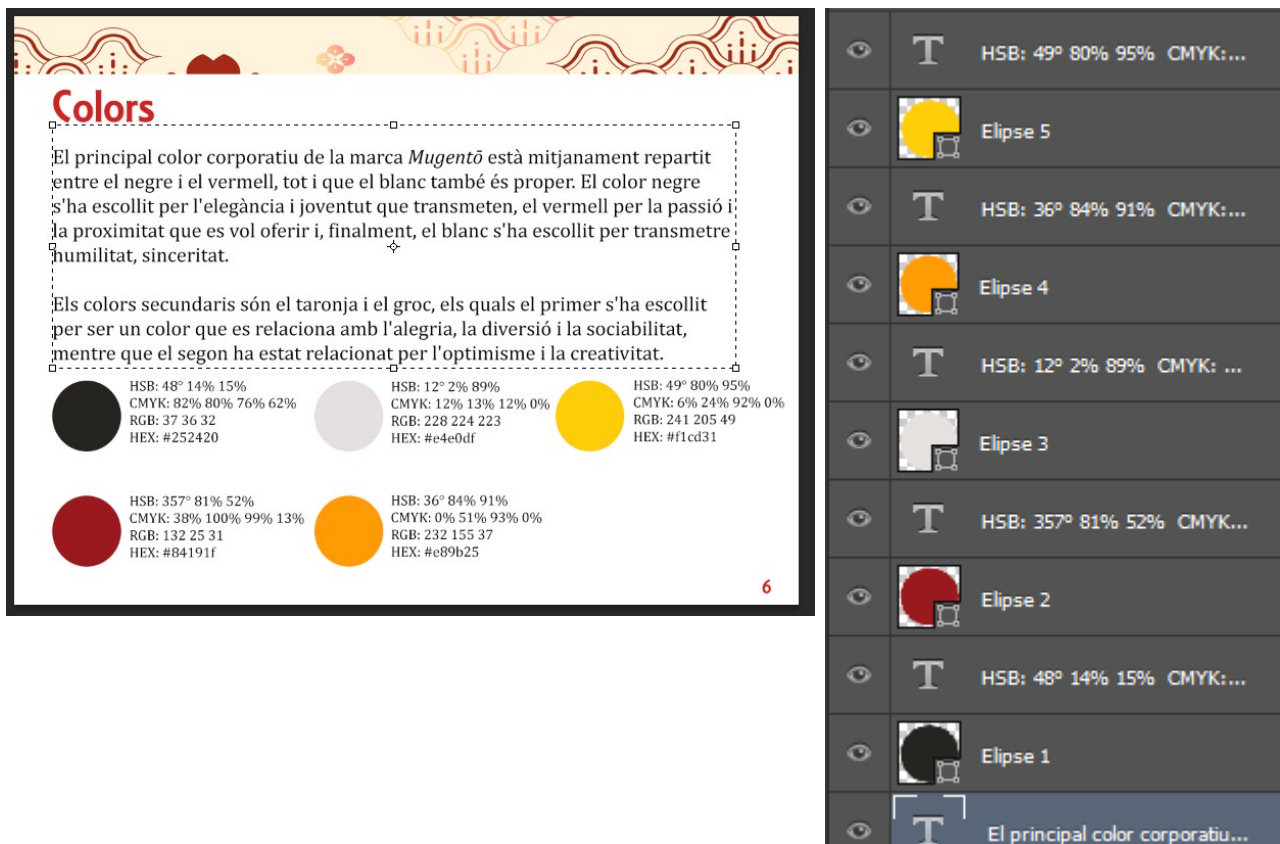


Figura 78. Desenvolupament del Manual d'Identitat Corporativa

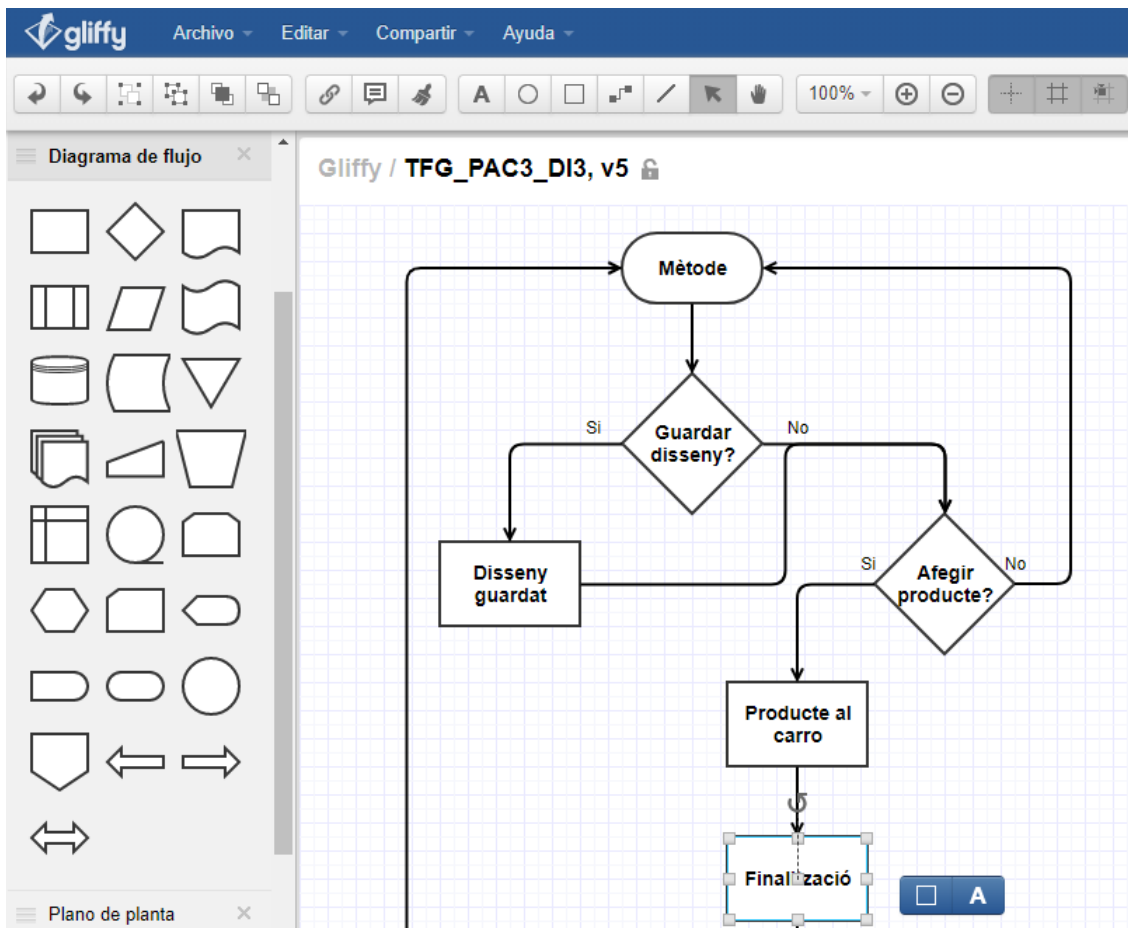


Figura 79. Desenvolupament d'un dels diagrames de flux

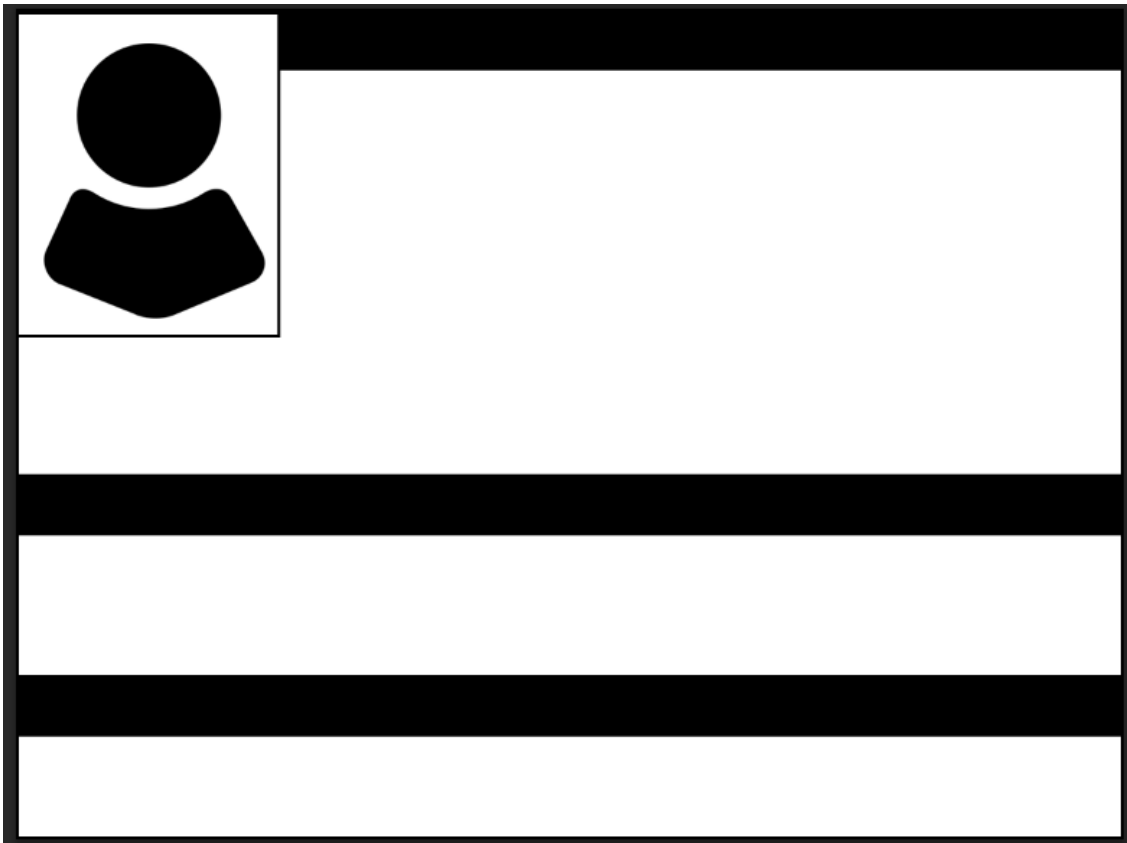


Figura 80. Plantilla creada pels perfils d'usuari

Annex 3. Bibliografia

Libres, webs i multimèdia

Monjo Palau, T. (2016). Disseny d'interfícies multimèdia. UOC.

Alberich, J., Gómez Fontanills, D., Ferrer Franquesa, A., Corral, A., Sánchez Vila, À. (2016). Disseny gràfic. UOC.

Ramón Rodríguez, J. (2018). Gestió de projectes. UOC.

G. Sedó, R., Benítez García, L., Felip Bengochea, B., Ferrer Brotons, A., Sanabre Vives, C., de Vilar Font, E., Folch Mola, J., Chávez Galiana, P. (2018). Metodologia i desenvolupament de projectes en xarxa. UOC.

Marín García, T., Blasco Soplón, L. (2018). Creativitat estètica. UOC.

Ortega Santamaría, S., Zapata Lluch, M., Calvo-Fernández Rodríguez, A., Valls Saez, A. (2018). Usabilitat. UOC.

Creative Commons. (2016). Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 España (CC BY-NC-ND 3.0 ES). Obtingut de Creative Commons: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/>

Goodreads. (2019). George Bernard Shaw. Quotes. Obtingut de Goodreads: https://www.goodreads.com/author/quotes/5217.George_Bernard_Shaw

Goodreads. (2018). George Bernard Shaw. Quotes. Quotable Quote. Obtingut de Goodreads: <https://www.goodreads.com/quotes/34474-imagination-is-the-beginning-of-creation-you-imagine-what-you>

Bemarketing. (2015). Tot és logo? Aprèn a diferenciar entre Isotip, Logotip, Imagotip o Isologo. Obtingut de Bemarketing: <https://www.bemarketing.cat/ca/tot-logo-apren-diferenciar-isotip-logotip-imagotip-isologo/>

Apple Developer. (2019). Human Interface Guidelines. Launch Screen. Obtingut de Apple Developer:

<https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/ios/icons-and-images/launch-screen/>

Diseño Web Akus. (2019). Blog Diseño Web. Administrar un Sitio Web. Menú de navegación HTML en página Web - Tipos y ejemplos. Obtingut de Diseño Web Akus:

<https://disenowebakus.net/estructura-de-navegacion-en-un-sitio-web.php>

Wikipedia. (2018). Material design. Obtingut de Wikipedia:

https://es.wikipedia.org/wiki/Material_design

Material Design. (2019). Obtingut de Material Design:

<https://material.io/>

Qode. (2015). Desarrollo. Diseño de apps I – Diferencias de flujos de navegación en apps multiplataforma. Obtingut de Qode:

<https://www.qode.pro/blog/disenio-de-apps-i-diferencias-de-flujos-de-navegacion-en-apps-multiplataforma/>

UOC. (2019). Metodología y desarrollo de proyectos en red. El briefing. Obtingut de UOC:

<http://multimedia.uoc.edu/blogs/metodologia/es/el-brifing/>

La Cultura del Marketing. (2013). Cómo elaborar un briefing de marketing. Obtingut de La Cultura del Marketing:

<https://laculturadelmarketing.com/como-elaborar-un-briefing-de-marketing/>

Dictionary. (2019). bento. Obtingut de Dictionary:

<https://www.dictionary.com/browse/bento>

Merriam-Webster. (2019). bento box. Obtingut de Merriam-Webster:

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/bento%20box>

Wikipedia. (2019). Bento. Obtingut de Wikipedia:

<https://en.wikipedia.org/wiki/Bento>

Wikipedia. (2019). Song dynasty. Obtingut de Wikipedia:

https://en.wikipedia.org/wiki/Song_dynasty

Wikipedia. (2019). Hanami. Obtingut de Wikipedia:

<https://en.wikipedia.org/wiki/Hanami>

Wikipedia. (2019). Hinamatsuri. Obtingut de Wikipedia:

<https://en.wikipedia.org/wiki/Hinamatsuri>

Wikipedia. (2018). Noh. Obtingut de Wikipedia:

<https://en.wikipedia.org/wiki/Noh>

Wikipedia. (2019). Kabuki. Obtingut de Wikipedia:

<https://en.wikipedia.org/wiki/Kabuki>

Japanese Style. (2019). History of Traditional Bento Boxes. Obtingut de Japanese Style:

<https://www.japanesestyle.com/History-of-Traditional-Bento-Boxes-s/923.htm>

Web Japan. (2019). Japanese Box Lunches. History. Obtingut de Web Japan:

<https://web-japan.org/kidsweb/virtual/bento/bento02.html>

Web Japan. (2019). Japanese Box Lunches. Bento in Everyday Japanese Life. Obtingut de Web Japan:

<https://web-japan.org/kidsweb/virtual/bento/bento03.html>

All About Japan. (2015). A Brief History of Bento. Obtingut de All About Japan:

<https://allabout-japan.com/en/article/300/>

Gurunavi. (2016). Meibutsu Are the Prized Dishes of Japanese Regional Cuisines. Obtingut de Gurunavi:

[https://gurunavi.com/en/japanfoodie/2016/07/meibutsu.html?
__ngt__=TT0f4641ae0007ac1e4a5972D68DsxulkJ9IYBa5WNIp0N](https://gurunavi.com/en/japanfoodie/2016/07/meibutsu.html?__ngt__=TT0f4641ae0007ac1e4a5972D68DsxulkJ9IYBa5WNIp0N)

Hp templates. (2019). [Not to Eat] Wagashi Cake: So Sweet, So Beautiful!. Obtingut de Hp templates:

<http://hptemplates.com/dessert/not-to-eat-wagashi-cake-so-sweet-so-beautiful.html>

Tofugu. (2015). Questioning Japanese Creativity: Is Japan really creative?. Obtingut de Tofugu:
<https://www.tofugu.com/japan/japanese-creativity/>

Club Yamagata. (2017). CULTURA DE JAPON: Gastronomía. Obtingut de Club Yamagata:
<http://www.clubyamagata.com/blog/cultura-japonesa/cultura-de-japon-gastronomia/>

Inside Japan. (2019). Japanese Culture. Obtingut de Inside Japan:
<https://www.insidejapantours.com/japanese-culture/>

Japonismo. (2012). Gastronomía. Kaitenzushi o sushi en cinta transportadora. Obtingut de Japonismo:
<https://japonismo.com/blog/kaiten-sushi-o-sushi-en-cinta-transportadora>

Club Yamagata. (2017). CULTURA DE JAPON: Vestimenta. Obtingut de Club Yamagata:
<http://www.clubyamagata.com/blog/cultura-japonesa/cultura-de-japon-vestimenta/>

Wikipedia. (2019). Rococo. Obtingut de Wikipedia:
<https://en.wikipedia.org/wiki/Rococo>

Inside Japan. (2019). Japanese Culture. Manga & Anime. Obtingut de Inside Japan:
<https://www.insidejapantours.com/japanese-culture/manga-and-anime/>

Wikipedia. (2019). Anime. Obtingut de Wikipedia:
<https://en.wikipedia.org/wiki/Anime>

Japan Style. (2010). "Jinbei" Japanese Traditional Home Wear for Summer. Obtingut de Japan Style:
<http://www.japanstyle.info/06/entry6990.html>

Mangakas-onfire. (2016). Las Gothic Lolita. Obtingut de Mangakas-onfire:
<http://mangakas-onfire.blogspot.com/2016/07/las-gothic-lolita.html>

Wikipedia. (2017). Kyaraben. Obtingut de Wikipedia:
<https://en.wikipedia.org/wiki/Kyaraben>

Nippon. (2015). Fragmentos de Japón. "Kyaraben". Obtingut de Nippon:
<https://www.nippon.com/es/features/jg00021/>

Justbento. (2011). Kyaraben. Obtingut de Justbento:

<http://justbento.com/category/filed-under/kyaraben>

Taiken Japan. (2016). A Beginner's Guide to Kyaraben. Obtingut de Taiken Japan:

<https://taiken.co/single/a-beginners-guide-to-kyaraben/>

Jelly goods. (2017). Datos Curiosos sobre los Bento japoneses y sus características. Obtingut de Jelly goods:

<https://jellygoods.com/2017/11/05/conoce-bento-japoneses/>

Justbento. (2010). Where to buy bento boxes and accessories in Japan. Obtingut de Justbento:

<http://justbento.com/handbook/bento-basics/where-buy-bento-boxes-and-accessories-japan>

Go! Go! Nihon. (2018). The Japanese bento box – fast, convenient, good!. Obtingut de Go! Go! Nihon:

<https://gogonihon.com/en/blog/inside-a-japanese-bento-box/>

Justbento. (2007). Take a virtual bento shopping trip in Japan (part 2). Obtingut de Justbento:

<http://justbento.com/take-virtual-bento-shopping-trip-japan-part-2>

Go! Go! Nihon. (2018). Need anything? Guide to the services offered at a Japanese konbini. Obtingut de Go! Go! Nihon:

<https://gogonihon.com/en/blog/services-offered-at-a-japanese-konbini/>

Aprendizaje y vida. (2013). Psicología de los Colores: El Color Negro. Obtingut de Aprendizaje y vida:

<https://aprendizajeyvida.com/2013/09/23/psicologia-de-los-colores-el-negro/>

Aprendizaje y vida. (2013). Psicología de los Colores: El Color Rojo. Obtingut de Aprendizaje y vida:

<https://aprendizajeyvida.com/2013/08/15/psicologia-de-los-colores-el-rojo/>

Aprendizaje y vida. (2014). Psicología de los Colores: El Color Blanco. Obtingut de Aprendizaje y vida:

<https://aprendizajeyvida.com/2014/03/17/el-color-blanco/>

Aprendizaje y vida. (2014). Psicología de los Colores: El Color Naranja. Obtingut de Aprendizaje y vida:

<https://aprendizajeyvida.com/2014/04/28/el-color-naranja/>

Aprendizaje y vida. (2013). Psicología de los Colores: El Color Amarillo. Obtingut de Aprendizaje y vida:

<https://aprendizajeyvida.com/2013/09/12/psicologia-de-los-colores-el-amarillo/>

Wikipedia. (2019). Serif. Obtingut de Wikipedia:

<https://en.wikipedia.org/wiki/Serif>

Wikipedia. (2018). Cambria (typeface). Obtingut de Wikipedia:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Cambria_\(typeface\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Cambria_(typeface))

Me gusta la papelería. (2016). Tamaños de tarjetas de visita. Obtingut de Me gusta la papelería:

<https://megustalapapeleria.com/2016/04/26/tamanos-de-tarjetas-de-visita/>

360 imprimir. (2019). Diseña e imprima sus Tarjetas de Visita. Obtingut de 360 imprimir:

<https://www.360imprimir.es/tarjetas-de-visita?>

https://www.360imprimir.es/tarjetas-de-visita?tsv=017B&id=14662&wv=true&campaignid=270098045&adgroupid=50138226451&creative=208149910006&keyword=&matchtype=&adposition=1o1&network=g&placement=&target=&targetid=pla-386325791488&device=c&year=&week=&gclid=CjwKCAjwvuzkBRAhEiwA9E3FUlPgl-AWJ8RH-ufprmU89Hq2Q6wci8o2wKV-hMm7nOulkcD3fFhBoCb3cQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds&utm_expid=.kRAkE8o7QuqIYSomHnJ1WA.1&utm_referrer=

Gliffy. (2019). Obtingut de Gliffy:

<https://www.gliffy.com/>

Profesional Review. (2016). Todo sobre las resoluciones de pantalla en móviles (Guía). Obtingut de Profesional Review:

<https://www.profesionalreview.com/2016/07/17/todo-sobre-las-resoluciones-de-pantalla-en-moviles/>

Movil Zona. (2015). Samsung Galaxy S6. Obtingut de Movil Zona:

<https://www.movilzona.es/samsung/galaxy-s6/>

Wikipedia. (2019). User interface. Obtingut de Wikipedia:

https://en.wikipedia.org/wiki/User_interface

Wikipedia. (2019). Flat design. Obtingut de Wikipedia:

https://en.wikipedia.org/wiki/Flat_design

Agencia MDW. (2015). Material Design de Google guía en español. Obtingut de Agencia MDW:

<https://www.agenciamdw.es/material-design-google-guia-en-espanol/>

Colorlib. (2019). Top 15 Free Web Page Wireframe Kits for Web Designers & Developers. Obtingut de Colorlib:

<https://colorlib.com/wp/free-web-page-wireframe-kits/>

Rafal Tomal. (2012). Free Photoshop Wireframe Kit. Obtingut de Rafal Tomal:

<https://rafaltomal.com/free-photoshop-wireframe-kit/>

Con dos palillos. (2018). Los diferente tipos de Bento japonés y sus ingredientes más comunes. Obtingut de Con dos palillos:

<https://www.condospalillos.com/blog/tag/caja+bento>

InVision. (2019). Obtingut de Invision app:

<https://www.invisionapp.com/>

Elements multimèdia utilitzats

UOC. Logotip UOC [Imatge]. Obtingut de:

<https://www.uoc.edu/portal/ca/index.html>

Sevilla visual. Derechos de autor [Imatge]. Obtingut de:

<http://sevillavisual.es/derechos-de-autor/>

Wikimedia Commons. Cc-by [Vector]. Obtingut de:

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cc-by_new.svg

Wikimedia Commons. Cc-nc [Vector]. Obtingut de:

<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cc-nc.svg>

Wikimedia Commons. Cc-nd [Vector]. Obtingut de:

<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cc-nd.svg>

All About Japan. Azuchi-Momoyama Period [Imatge]. Obtingut de:

https://imgcp.aacdn.jp/img-a/1200/auto/global-aaj-front/article/2015/10/5620c5ada30a4_5620c19707ce8_338275997.jpg

All About Japan. Edo Period [Imatge]. Obtingut de:

https://imgcp.aacdn.jp/img-a/1200/auto/global-aaj-front/article/2015/10/5620c5adedcb7_5620c2213e385_2058377754.png

All About Japan. Meiji Period [Imatge]. Obtingut de:

https://imgcp.aacdn.jp/img-a/1200/auto/global-aaj-front/article/2015/10/5620c5ae45943_5620c39e498bd_820931946.png

All About Japan. Taisho Period [Imatge]. Obtingut de:

https://imgcp.aacdn.jp/img-a/1200/auto/global-aaj-front/article/2015/10/5620c5ae8ca31_5620c4c655288_1234885328.png

Gurunavi. Meibutsu. Kanto Food [Imatge]. Obtingut de:

https://gurunavi.com/en/japanfoodie/article/meibutsu/img/04_Meibutsu.png

Gurunavi. Meibutsu. Kansai Food [Imatge]. Obtingut de:

https://gurunavi.com/en/japanfoodie/article/meibutsu/img/05_Meibutsu.png

Hptemplates. Wagashi [Imatge]. Obtingut de:

<http://hptemplates.com/wp-content/uploads/2019/02/banh-wagashi-cuc-dep-khien-thuc-khach-khong-no-an-4.jpg>

Japan Style. Jinbei [Imatge]. Obtingut de:

<http://kura1.photozou.jp/pub/7/229007/photo/23269997.jpg>

Mangakas-onfire. Gothic Lolita [Imatge]. Obtingut de:

https://1.bp.blogspot.com/-LJ-p1GTXlwk/V5jd8qlw8OI/AAAAAAAAA_s/wY5Tjum4iSsPaKFMXeWRQ9KKm6QVouHAWCK4B/s640/5-Steps-to-Become-Gothic-Lolita-4.jpg

Mukeitos monga. Tienda Manga Japón [Imatge]. Obtingut de:
<http://muekitosmonga.blogspot.com/2011/03/tienda-manga-japon.html>

Jelly goods. Kyaraben [Imatge]. Obtingut de:
<https://i0.wp.com/jellygoods.com/wp-content/uploads/2017/11/Kyaraben2.jpg?w=1200&ssl=1>

Nippon. “Salchipulpos” [Imatge]. Obtingut de:
<https://www.nippon.com/es/ncommon/contents/features/107663/107663.jpg>

Justbento. Bento [Imatge]. Obtingut de:
http://justbento.com/files/bento/images/bento_69a_500.jpg

Flickr. Bento tools [Imatge]. Obtingut de:
http://farm5.static.flickr.com/4021/4294568511_54d5c24fd5.jpg

YouTube. Easy & Kawaii Animal Character Bento! (Charaben/Kyaraben) [Vídeo]. Obtingut de:
<https://youtu.be/pvKTC1AEPs8>

Justbento. Bento stand [Imatge]. Obtingut de:
<http://justbento.com/files/bento/images/bentorm-seibu3-counter.jpg>

Justbento. Bentos [Imatge]. Obtingut de:
<http://justbento.com/files/bento/images/bentorm-seibu6-don.jpg>

Go! Go! Nihon. Konbini goods [Imatge]. Obtingut de:
<https://mk0gogonihonsps6abbx.kinstacdn.com/wp-content/uploads/2018/02/Konbini-3-1024x730.jpg>

Freepik. Infinite symbol [Vector]. Obtingut de:
https://www.freepik.com/free-vector/infinite-symbol-black-color-collection_2471182.htm

Vector Stock. Kawaii food emoticon japanese sushi vector image [Vector]. Obtingut de:
<https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/kawaii-food-emoticon-japanese-sushi-vector-20578119>

Vector Stock. Bright of traditional bento vector image [Vector]. Obtingut de:
<https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/bright-of-traditional-bento-vector-23129019>

Freepik. Ilustración año nuevo chino [Vector]. Obtingut de:

https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-ano-nuevo-chino_3750242.htm

Freepik. Ilustración año nuevo chino [Vector]. Obtingut de:

https://www.freepik.es/vector-gratis/ilustracion-ano-nuevo-chino_3894884.htm

Vecteezy. Vectores De Bolsas De Papel [Vector]. Obtingut de:

<https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/82341-vectores-de-bolsas-de-papel>

Vecteezy. 3D Caja De Tin Vector [Vector]. Obtingut de:

<https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/150950-3d-caja-de-tin-vector>

Vecteezy. Vector Coffee Shop Plantillas [Vector]. Obtingut de:

<https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/107205-vector-coffee-shop-plantillas>

Vecteezy. Vector Coffee Shop Plantillas [Vector]. Obtingut de:

https://www.flaticon.com/free-icon/user-avatar_16363

Kiss png. Computer Icons, Logo, Symbol, Line PNG [Imatge]. Obtingut de:

<https://www.kisspng.com/png-computer-icons-logo-symbol-basket-shopping-downloa-6308398/>

Stick png. Iconos Logotipos Emojis [Imatge]. Obtingut de:

<http://www.stickpng.com/es/cat/iconos-logotipos-emojis?page=1>

Stick png. Cámara Clásico Icono PNG transparente [Imatge]. Obtingut de:

<http://www.stickpng.com/es/img/iconos-logotipos-emojis/iconos-de-camaras/camara-clasico-icono>

Online Web Fonts. Picture Pic Photo Image Mode Mobile Gallery Free Icon [Vector]. Obtingut de:

<https://www.onlinewebfonts.com/icon/518012>

Flaticon. Desing And Paiting Tools Linear Icon Pack [Vectors]. Obtinguts de:

<https://www.flaticon.com/packs/desing-and-paiting-tools-linear>

Flaticon. Deshacer flecha circular icono gratis [Vector]. Obtingut de:

https://www.flaticon.es/icono-gratis/deshacer-flecha-circular_33408

Stick png. Icono de Buscando Simple PNG transparente [Imatge]. Obtingut de:
<http://www.stickpng.com/es/img/iconos-logotipos-emojis/busqueda/icono-de-buscando-simple>

Flaticon. Papelera de reciclaje icono gratis [Vector]. Obtingut de:
https://www.flaticon.es/icono-gratis/papelera-de-reciclaje_58326

Vecteezy. Bento Box Illustration [Imatge]. Obtingut de:
<https://www.vecteezy.com/vector-art/271151-bento-box-illustration>

Freepik. Set botones colores redes sociales [Imatges]. Obtinguts de:
https://www.freepik.es/vector-gratis/set-botones-colores-redes-sociales_840848.htm

Freepik. Tableta camara kawaii caricatura sonriente tecnologia icono [Imatge]. Obtingut de:
https://www.freepik.es/vector-premium/tableta-camara-kawaii-caricatura-sonriente-tecnologia-icono_2223689.htm

Online Web Fonts. Graphic Tablet Pencil Draw Drawing Free Icon [Vector]. Obtingut de:
<https://www.onlinewebfonts.com/icon/475266>

Vecteezy. Ilustración De Caja Bento [Imatge]. Obtingut de:
<https://es.vecteezy.com/arte-vectorial/271111-ilustraci-n-de-caja-bento>

Hashee. Accept Icon [Imatge]. Obtingut de:
<http://hasshe.com/accept-icon-transparent-5b7aec2f2756dd6f6c8169dc/>

Con dos palillos. Hoy Bento!. 1. Salmón Bento [Imatge]. Obtingut de:
<https://www.condospalillos.com/blog/2013/02/13/hoy-bento>

Con dos palillos. Hoy Bento!. 2. Soboro Bento [Imatge]. Obtingut de:
<https://www.condospalillos.com/blog/2013/02/20/hoy-bento-2-soboro-bento>

Con dos palillos. Hoy Bento!. 6. Tamagoyaki Bento [Imatge]. Obtingut de:
<https://www.condospalillos.com/blog/2013/03/20/hoy-bento-7-tamagoyaki-bento>

Con dos palillos. Hoy bento!. 18. Sesame wings bento [Imatge]. Obtingut de:
<https://www.condospalillos.com/blog/2013/07/18/hoy-bento-18-sesame-wings-bento>

Pixabay. Icono flecha abajo ronda [Vector]. Obtingut de:

<https://pixabay.com/es/vectors/icono-flecha-abajo-ronda-157360/>

Flaticon. Save icon silhouette [Vector]. Obtingut de:

https://www.flaticon.com/free-icon/save-icon-silhouette_69539

Freepng. Iconos De Equipo, Identidad Corporativa, La Gestión De La Marca [Imatge]. Obtingut de:

<https://www.freepng.es/png-8f9dy8/>

Flaticon. Mobile phone free icon [Imatge]. Obtingut de:

https://www.flaticon.com/free-icon/mobile-phone_54718

Annex 4. Vita

L'autora d'aquest projecte, Maria Lorente Vilà, va néixer a Sabadell, Catalunya, el 14 de març de 1995.

D'ençà que era nena tenia un vincle amb la cultura japonesa, però no va ser rellevant fins a l'entrada a l'educació secundària obligatòria, on també es va començar a interessar per la tecnologia digital, la multimèdia, la creació d'històries, l'anime i els videojocs.

El grau de Multimèdia el va iniciar al febrer de l'any 2015, després d'abandonar la carrera de fisioteràpia per problemes, sobretot físics, que impedièren poder realitzar-la completament. Tot i el gran canvi de fisioteràpia a multimèdia, les sensacions eren completament noves: se sentia còmoda i era ella mateixa. Cada assignatura que cursava li proporcionava noves experiències, desitjant poder transmetre les seves idees al màxim de gent possible.