

Joan Delgado Ampurdanès

# Treball final de grau

Entitats esportives a la xarxa

# MEMÒRIA

---

## 1. Introducció

El projecte es basa en potenciar una entitat esportiva a la xarxa, canalitzant l'activitat de la seva massa social a la xarxa i dotant-la d'una identitat pròpia.

La característica d'aquest, es el seu ampli abast que va des de la creació d'una marca, el desenvolupament d'una plataforma web i el plantejament d'una estratègia de SEM i SEO per aconseguir notorietat a la xarxa.

### 1.1.Objectius i justificació

- Desenvolupar la imatge de marca per dotar d'entitat visual al club.
- Millorar la comunicació club i soci creant valor afegit (nous serveis) des de la plataforma web.
- Guanyar notorietat a la xarxa per tal d'aconseguir nous socis i posar de relleu l'activitat esportiva i social del club.

### 1.2.Descripció

Per tal de potenciar una millora de la comunicació el projecte es divideix en quatre parts:

#### **Marca (branding i cobranding)**

Desenvolupar una imatge de marca per donar una entitat visual al club. Aquesta haurà de tenir en compte els diferents formats d'aplicació com

l'aplicació a la xarxa, a suports físics (papereria, pòsters, rotulacions, etc..) o suports digitals com CD o DVD

### **Estratègia de màrqueting i posicionament (SEM/SEO)**

Què farem? Com ho Farem? Quan ho farem?

Per una banda es crearà un criteri i estratègia comunicativa i la seva planificació. (SEM, *Search engine marketing*)

Per altra banda es desenvoluparà totes les accions necessàries per al correcte posicionament de la nostra imatge de marca i de la plataforma web en els cercadors. (SEO, *Search engine optimization*)

### **Plataforma web**

Aquesta plataforma serà el mitjà principal de comunicació amb els usuaris i per tant la porta d'entrada per captar nous socis i potenciar la nostra imatge de marca.

Entre altres funcionalitats, la plataforma oferirà d'una banda continguts d'informació general i per altra continguts d'especial interès per el soci (gestions en línia, calendari esportiu, inscripcions a activitats,etc...)

### **Xarxes Socials**

Al voltant de la plataforma web orbitaran aplicacions socials(facebook, youtube, twitter, flickr) que per una banda afavorirant d'una banda la comunicació amb i entre els usuaris i per altra millorarà el posicionament del *Site* als navegadors.

Veure annex-9

### 1.3.Usuaris

Els nostres usuaris es divideixen en tres grups.

Per ordre d'importància:

#### 1. **Socis**

En aquest grup i encabim aquells usuaris que formen part del club i per tant les seves necessitats son unes molt concretes. Demanden funcionalitats precises i respostes àgils a les seves peticions. Una atenció personalitzada i molt de rigor en els aspectes més tècnics de la pràctica d'aquest esport.

#### 2. **Possibles socis**

Tots aquells usuaris que per motius x poden arribar a formar part del col·lectiu de socis. Les necessitats d'aquest grup son molt diverses però s'ha contrastat, al llarg dels anys, que és un grup on els seus integrants volen experimentar nous esports. Avorrits dels esports més majoritaris, cerquen un esport diferent. Per altra banda cerquen la pertanyentça a un col·lectiu com a forma de relacionar-se.

#### 3. **Comunitat esportiva en general**

Aquest grup d'usuaris estan estretament relacionats amb aquest esport. Que per motius geogràfics o de pertenyensa a un altre entitat no formen part del club. (ex: Federacions, Clubs, ex-esportistes,...)

La necessitat d'aquest grup o el que ens interessa trasnmetre a aquest grup és el caràcter proactiu que te el club envers aquest esport. Transmetre l'activitat social del Club.

## 1.4.Viabilitat

En aquest projecte, que es presenta és del tot viable i raonablement econòmic per el resultat que s'espera.

Existeix una necessitat contrastada i formalitzada per part de la massa social del club.

## 2. **Cos de la Memòria**

### 2.1.Objectius del projecte

#### 2.1.1. Objectius generals

- Desenvolupar la imatge de marca per dotar d'entitat visual al club.
- Millorar la comunicació club i soci creant valor afegit (nous serveis) des de la plataforma web.
- Guanyar notorietat a la xarxa per tal d'aconseguir nous socis i posar de relleu l'activitat esportiva i social del club.

#### 2.1.2. Objectius específics

- Establir un llibre d'estils per a l'aplicació i gestió de la marca.
- Definir una estratègia SEM / SEO per a incrementar la notorietat a la xarxa i per tant aconseguir nous membres per el club.
- Dotar a la web de funcionalitat destinades a afavorir la gestió comunicativa amb el soci, com ara:
  - Calendari anual d'activitat
  - Inscripcions on-line de les activitats, incloent forma de pagament
  - Programes d'entrenament

- Documentació bàsica (material disponible, normes bàsiques)
- Gestions on-line (modificació de dades personals, formularis de baixa de soci, formularis de sol·licitud d'informació, formulari comunicar material defectuós,..)
- Potenciar l'activitat social a la xarxa amb el facebook, youtube, twitter, flickr.

## 2.2.Continguts

### 2.2.1. Definició dels continguts

En el cas dels continguts podem diferenciar tres tipus de continguts. Aquells que son meramen divulgatius, aquells que neixen d'una necessitat temporal del soci i aquells que surgeixen de les xarxes socials.

Els continguts divulgatius responen a la part més buracràtica del club. Son tots aquells temes, de caracter públic, dels que consta l'estructura del club (Els estatuts, Organigrama, Normes, Drets i deures dels socis, Història, Ubicació)

La resta de continguts neixen de la necessitat de donar resposta a les necessitats del soci.

Per tant continguts que s'han hagut d'elaborar a mida per donar cobertura a aquestes necessitats tan concretes.

Els continguts generats per la socialització de la xarxa és un contingut ric en frescura més proper i natural. És el més transversal i el que arriba a la gran públic.

Aquest contingut és d'especial interès per al posicionament SEO estratègia SEM i és el que marca la veritable opinió de la xarxa respecte

al club i és la que conforma una opinió, una reputació a la xarxa.

### **Continguts divulgatius**

(sense restriccions d'accés i destinat al gran públic)

- On ens pots trobar?  
Informació detallada de la ubicació i les dades de contacte
  
- Estatuts  
Es penjan en format pdf els estatuts del club
  
- La Junta  
Es fan públics els membres de la junta amb noms, càrrecs i correu electrònic.
  
- El còs tècnic  
Descripció dels memebres del cos tècnic encarregats de l'activitat esportiva del club. Dades visibles: noms, càrrecs i dades de contace
  
- Escola de rem  
En aquest apartat s'informa del funcionament de l'escola de rem per tots aquells que es volen inicar en la pràctica d'aquest esport.
  
- Rem de lleure / Rem de formació / Rem de competició / Rem d'alt rendiment  
Es dona informació bàsica dels diferents grups amb el que es divideix l'activitat del club. Aquest apartat vol mostrar la diversitat en les activitats on qualsevol soci pot trobar el seu lloc.
  
- Media  
Destinat a promocionar de manera gràfica l'activitat del club mitjançant galeria d'imatges i vídeos.

## **Continguts específics**

(restricció d'accés, destinat al soci)

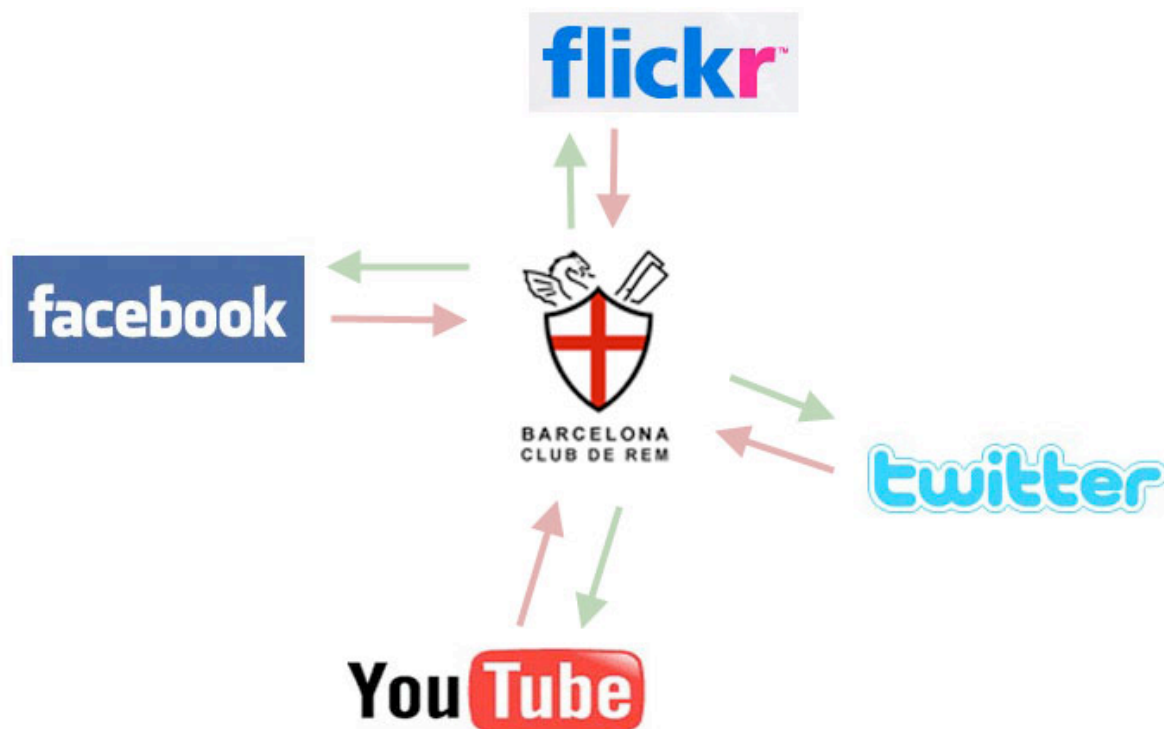
- Calendari  
El soci troba la planificació de tot l'any desgloçat en Activitats, Competicions, Tests.
- Horari d'entrenament  
Detall dels horaris d'entrenaments de totes les categories.
- Programa d'entrenament  
El programa d'entrenament diari. S'actualitza mensualment i dona informació concreta del tipus d'entrenament a realitzar diàriament.
- Resultat regates  
Informació dels resultats de totes les regates on ha participat el club
- Normes d'ús del material  
Drets i deures del soci pel que fa al material del club.
- Semàfor  
Relació de les embarcacions amb els respectius remes.
- Ajuda'ns a millorar  
Destinat a recollir les inquietuds del soci per tal de millorar el servei.
- La Junta respon  
Accés directe amb la Junta. Es un espai destinat a que el soci faci



les apreciacions o dubtes directament a la Junta.

### **Continguts social**

(sense restriccions i no controlable, destinat al gran públic)



Els continguts social juntament amb la opinió dels col·laboradors conformen la reputació i credibilitat del club a la xarxa.

Aquesta reputació és d'una importància capdalt pel que fa al posicionament SEO i l'estratègia SEM.

- Facebook

Els socis, amics i coneguts expressen i gaudeixen de la llibertat de compartir afició. Comentaris, fotografies, vídeos, notícies tot es comparteix i es discuteix lliurement.

- Youtube  
El responsable de comunicació penja tots aquells vídeos d'interès.  
La xarxa puntua l'interès dels vídeos penjats.
- Twitter  
S'utilitza per difondre informació d'una manera més ràpida.
- Flickr  
Ens permet l'emmagatzament i explotació de gran quantitat de fotografies

### 2.2.2. Estructura dels continguts

La conformació en estructura jeràrquica és la més adient en aquest projecte, on una plana inicial exposa les diferents seccions que conté el nostre site.

En cas de seleccionar una d'aquestes opcions, ens porta a una llista de subtemes estrictament relacionats amb la secció escollida.

Aquest tipus d'organització permet a l'usuari conèixer en quin lloc es troba de l'estructura. Tan mateix conforma una lògica visual amplia i concreta que facilita la comprensió a mida que s'endiga en la jerarquia obtenint informació, cada cop, més detallada.

S'adjunta annex 6 amb el *sitemap*

## 2.3. Definició de la interfície

### 2.3.1. Estil artístic

Previ a l'elaboració del disseny gràfic de la plana s'ha desenvolupat el

llibre d'estils (Branding) del club.

Aquest document és la referència estilística per al desenvolupament de productes gràfics.

S'adjunta annex 7

El llibre d'estil ens dona una idea del missatge subjectiu i objectiu de la entitat.

La gama cromàtica que ens proposa i l'aplicació del logotip ens orienta cap a la conceptualització gràfica del *site*.

Per tant la base del *look & feel* de l'aplicació seran els colors blanc, negre i vermell. Utilitzarem el vermell com a catalitzador per destacar aquells continguts d'especial rellevància.

The screenshot displays the website for the Barcelona Club de Rem. At the top left is the club's logo, a shield with a red cross on a white background, with the text 'BARCELONA CLUB DE REM' below it. To the right of the logo is a navigation menu with items: INICI, EL CLUB, REMA AMB NOSALTRES, REGATES, ACTIVITATS I ENTRENAMENTS, MEDIA, MATERIAL, and SECRETARIA. Below the menu is a dark grey banner with four columns of text under the headings 'Lleure', 'Formació', 'Competició', and 'Alt rendiment'. Each column contains a quote in Catalan. Below the banner is a section titled 'Avís' with two red bullet points: '- Estrenem nou apartat de vídeos! El nostre canal de youtube' and '- Obertes les inscripcions per a la Concentració a Mequinzenza'. The main content area is titled 'Benvingut al Barcelona Club de Rem' and contains a paragraph of text. To the right of the text is a video player showing a row of oars. Below the video player is a comment section titled 'Deixa el teu comentari' with a '9 comments' indicator and an 'Add a comment' button. At the bottom right, there is a comment from 'Pilar Guiral Trejos · Sabadell' with a 'Reply' button and a 'Like' button.

### 2.3.2. Tipologia dels mitjans

Per tal d'afavorir la difusió del contingut s'utilitza text, imatge i vídeo. Cadascun d'aquests elements aporten en la seva essència una solució comunicativa que afavoreix la difusió del missatge.

El resultat de combinar, correctament, aquests mitjans és l'obtenció d'un contingut compacte on imatge i vídeo potencien el textual.

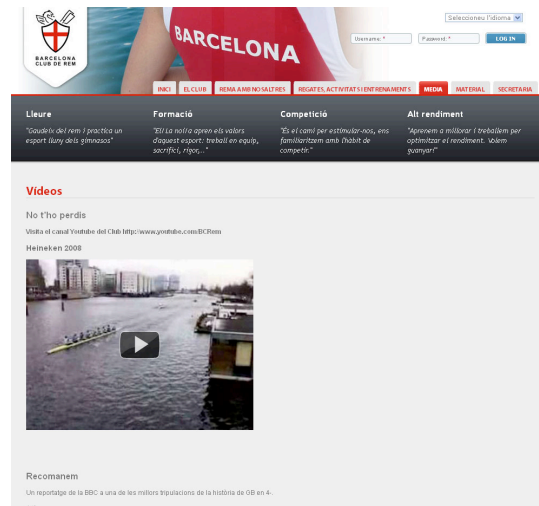
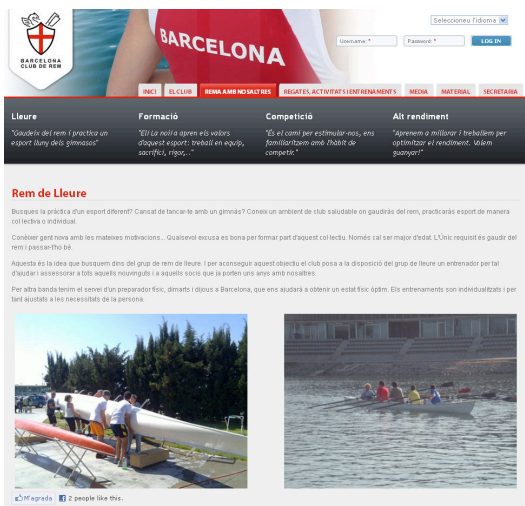
En aquest projecte el principal mitjà és el *textual* que d'una manera planera ofereix informació bàsica.

S'aprofita per incorporar fotografia i vídeo per tal de complementar i enriquir el mitjà textual. Les característiques de la fotografia estàtica i en moviment aporten formes, colors, moviment i per tant canalitzen emocions i afavoreixen la comprensió en dos i tres dimensions.

En el cas d'aquest projecte, al ser un esport minoritari, la imatge i vídeo aporten un plus de comprensió. Ajuden a fixar un entorn (on es practica l'esport: entorn natural, aigües tranquiles,...), una forma (com son les embarcacions), el tipus d'exercici (moviment cíclic del rem), el treball d'equip,.

Usos de la imatge i el vídeo:

- Promocional
- Social (vida cotidiana del club)
- Divulgatiu (tècnica del rem)



### 2.3.3. Formes d'interacció

Al ser una plataforma web l'usuari interactua amb l'aplicació mitjançant el navegador (IE, Firefox, Chrome, Safari, Opera,..). Aquests ofereixen unes determinades funcionalitats per defecte; imprimir, navegar endavant i enrere, guardar, etc.

Independentment d'aquestes funcionalitats que ofereixen els navegadors, l'aplicatiu, per la seva banda, ofereix funcionalitats específiques. L'interacció amb aquestes funcionalitats es fa per mitjà de menús i botons.

Tan menús com botons actuen en qualsevol dels seus estats:

- estàtic "a:link"

- quan es passa per sobre "a: hover"
- quan es clica "a: active"
- una vegada que ja s'ha visitat "a: visited"

S'opta per menú i botons textuais evitant la inclusió d'imatges. Per una banda no es veu el motiu pràctic (usabilitat) i per altra s'afavoreix a la el temps de càrrega.

En el cas que ens ocupa, existeix un sol menú principal, de primer nivell, amb el que mitjançant desplegable mostra el segon nivell d'informació.

L'abast del contingut i l'estructura de la Arquitectura de la Informació ha permès donar cabuda a tot el contingut organitzat en aquest menú principal de dos nivells.

La característica principal d'aquest menú rau en que es visible en totes les planes del *site* i per tant d'accés ràpid per l'usuari i punt de referència en la ubicació del contingut, evitant la inclusió del "fil d'Ariadna".

#### 2.3.4. Navegació

Després de fer l'estudi i desenvolupament de l'"*arquitectura de la informació*" el contingut ha quedat agrupat en sis apartats. Aquests responen a estructures lògiques de la informació i permeten la escalabilitat del *site*.

Per assegurar una major eficàcia d'aquest, es posiciona de manera horitzontal i a la capçalera sent visible a totes les planes i oferint accés en "dos clics" a qualsevol de la resta de continguts de l'aplicatiu.

Per donar-l'hi caràcter de menú principal s'opta per posicionar el menú descansant per sobre d'una franja de color vermell, definit en el llibre d'estils com a color principal. El fons del menú és de color gris i canvia a vermell quan es passa per sobre de les opcions, emfatitzant l'opció desitjada i desplegant el segon nivell. Els desplegable de cada una de les opcions segueixen el mateix patró de color de fons vermell.

Visualment s'obté el reclam necessari per afavorir i potenciar la navegació.



### 2.3.5. Estructura de pàgina

S'ha plantejat dos tipus d'estructura de planes, una per la plana principal i l'altra per la resta de planes de l'aplicatiu.

La plana principal la tractarem de manera particular per motius obvis. És la plana que acull a l'usuari i per tant la seva estructura resulta més complexa que la resta.

El segon tipus d'estructures responen a continguts específics i per tant el principal objectiu és mostrar de manera més clara possible aquests.

En les dues estructures abans esmentades comparteixen espais comuns com ara la capçalera i el peu.

Aquest dos espais aglutinen (imatge corporativa, accés a l'espai restringit, selector d'idiomes, menú principal, xarxa social).

La capçalera es caracteritza per oferir de manera prioritària el logo de la entitat esportiva, posicionat a la part superior esquerra seguidament d'una imatge il·lustrativa que acompanya el logo.

A la part superior dreta dues opcions: el selector d'idioma i tot seguit l'accés a l'espai restringit. Aquest seria, dins de la capçalera, la primera línia de d'opcions que s'ofereix que coincideix amb les primeres necessitats que pot tenir l'usuari (exposició de marca per identificar el site, selecció de l'idioma i finalment la possibilitat d'accedir a les opcions que ofereix la web per els socis)

Una vegada que l'usuari decideix arribar a aquest punt, es troba amb el menú principal. Aquest es mostra en format horitzontal i mostren el primer nivell d'informació. Mitjançant desplegable es pot accedir al segon nivell d'informació. Gràcies a aquest tipus de menú, l'usuari pot navegar a qualsevol contingut del site en dos clics.

L'altra part comuna que comparteixen totes dues estructures és el peu. Hi trobem inicialment la opció de "m'agrada" que ofereix Facebook que permet d'una banda publicitar la plana en el perfil de Facebook de l'usuari i per altra la plana mostra la fotografia de perfil de tots aquells usuaris que han clicat l'opció "M'agrada". D'aquesta manera aprofitem la opció per publicitar la plana i per altra fomentar la sociabilitat entre tots els usuaris que comparteixen l'afició per aquest esport.

Finalment i per tancar el peu s'ofereix una adreça de correu i un número



de telèfon per tal de que el soci pugui adreçar-se al club des de qualsevol contingut.

Com prèviament s'ha exposat, la plana inicial del site te certes particularitats a nivell de contingut. L'objectiu és oferir a l'usuari un recull del contingut més rellevant del site (serveis, notícies, continguts de xarxes socials,..)

Així doncs a l'estructura de la plana principal, a banda de les dues parts comunes hi trobem: Notícies, benvinguda, publicitat de l'escola de rem, continguts socials com twitter i facebook. Puntualment també s'ofeix vídeos promocionals.

### Notícies

Ocupa el primer lloc d'aquesta plana. Principalment s'ofereixen notícies sobre les activitats del club, anuncis de nous continguts, avisos.

### Benvinguda

Breu text descriptiu sobre l'activitat del club i la seva filosofia de club esportiu.

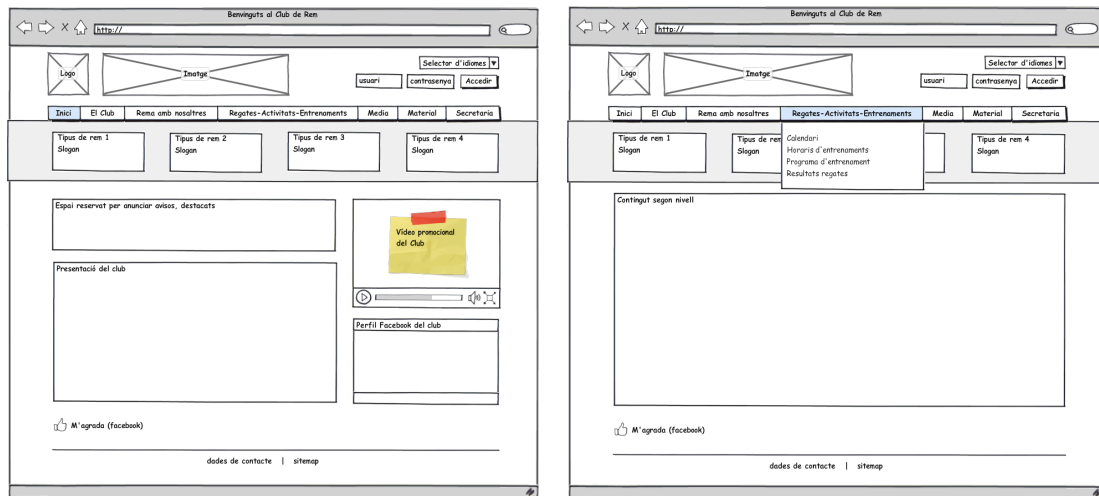
### Escola de rem

Per tal de potenciar i difondre la pràctica del rem, es publicita l'escola com a eix principal en l'inici d'aquest esport. L'interessat en la pràctica d'aquest esport necessita uns coneixements bàsics per tal d'iniciar la seva activitat de manera individual. Per aquest motiu a de superar dos nivells per tal de ser totalment autònom en un entorn molt tècnic i en medi acuàtic.

### Xarxes socials

A continuació, s'aprofiten els canals socials del club (facebook i twitter) per de mostra el caire social i humà del que gaudeix el club. Aquesta

desició és el resultat de l'observació del perfil de nous adcrits. Tots ells cerquen una activitat esportiva diferent però sobretot cerquen pertanyer a un cercle social del que dependre. L'entitat esportiva esdevé un club social on les relacions tan personals com professionals es donen trobada.



### 2.3.6. Dimensió de l'aplicació

S'han definit dues fases d'implantació, la primera amb un número total de 49 planes dinàmiques. Aquesta primera fase respon a les necessitats bàsiques tant de difusió de l'activitat com de serveis als socis. En una segona fase s'incorporarà altres continguts com una botiga virtual (qualsevol usuari podrà comprar la roba del club – Veure Annex 9), reserva de material, pagament on-line per a les concentracions i regates,..

Altres mitjans com les imatges i els vídeos acompanyen el contingut i al mateix temps conformen dos apartats força importants del contingut (galeria d'imatges i vídeo galeria). Aquests dos apartats s'alimenten setmanalment i ofereixen un vincle important amb el soci i amics del rem. Fotografies i vídeos de regates, excursions, sopars, reportatges de tv sobre el rem, etc...

Inicialment, aproximadament, el 40% del contingut és dinàmic i s'espera que aquest percentatge assoleixi el 50-60%.

Actualment, la base de dades que conforma l'aplicatiu compta amb 84 taules amb una ocupació en disc dur de 6Mb.

## 2.4. Anàlisi tecnològica

### 2.4.1. Solució tecnològica adoptada

Per tal de desenvolupar la plataforma web s'han tingut en compte certs aspectes com les característiques del servidor, versió del llenguatge de servidor, tipus de base de dades, espai en disc, transferència mensual, preu, etc..

Una vegada que hem tingut clares les característiques del servidor, s'avalua la millor opció per tal de reduir el cos i el temps de desenvolupament sense renunciar a les funcionalitats.

La millor opció és la implementació d'un gestor de continguts que permeti certa flexibilitat i ofereixi la potencia suficient com per implementar totes les prestacions plantejades.

Tan per motius tècnics com per motius de corba d'aprenentatge s'escull Drupal ([www.drupal.org](http://www.drupal.org)) com a solució tecnològica.

### 2.4.2. Requeriments tècnics de producció

A continuació mostrem algunes de les funcions que ens ofereix el servidor per desenvolupar el projecte.

Espai en disc	100GB
Tràfic mensual	Ilimitat

Allotjament multidomini	SI
Accessos FTP	10
Control de versions	SI
Accés Shell SSH	SI
Gestió de permisos de directoris	SI
Configuració fitxer .htaccess	SI
Gestió DNS	SI
Comptes IMAP/POP3	100
Capacitat dels comptes	2Gb
Webmail	SI
Bases de dades MySQL 5	10
PHP5 i PHP Dev	SI
Suporta CMS	SI
Perl, Python, Ruby	SI
SSI	SI
Eines de comunicació (newsletter, ...)	SI
Eines de marketing	SI

### 2.4.3. Requeriments tècnics d'usuari

La utilització de la plataforma web ens ofereix grans avantatges en el sentit que l'usuari no requereix d'un equip específic per tal d'accedir al site ja que la càrrega la soporta el servidor.

Qualsevol CPU actual d'un sol nucli és suficient per executar el navegador d'internet i javascript que pugui incloure el site.

L'execussió de Flash ens podria preocupar en el rendiment de la màquina però el projecte no inclou cap peça de Flash.

Com ja hem dit, l'accés a l'aplicatiu es fa via navegador (Iexplorer, Firefox, Safari, Chrome,..) i per tant no és un obstacle tecnològic per l'usuari. L'aplicatiu es visualitza correctament amb totes les versions dels navegadors excepte versions de Iexplorer anteriors a la 6.

La resolució de la pantalla segueix l'estandar actual mínim de 1024x768. Resolucions superiors no son cap impediment per la visualització.

## 2.5.Necessitats de manteniment de l'aplicació

Una vegada lliurat el projecte, cal un manteniment bàsic de continguts.

Via backoffice: actualització dels continguts dinàmics el site com ara regates, activitats, calendari, entrenament, assistència al soci, inclusió de nous apartats, etc..

Via Facebook i twitter: alimentar la xarxa social de notícies, activitats, etc... realitzar el paper de Community Manager.

Aquest responsabilitat ha de recaure sobre una o dues persones amb determinades habilitats comunicatives, de marqueting, tècniques i sobre tot molt de sentit comú.

Temps setmanal per soportar aquesta tasca 4-5 hores setmanals.

## 2.6.Calendari i terminis

La durada teòrica del projecte és de 97 dies laborables, 8 hores al dia. En aquesta planificació no es contemplen desviacions que puguin aparèixer en el transcurs del projecte.

La data escollida d'inici de projecte és el 21/09/2011 i la data teòrica de

finalització el 05/12/2011.

El projecte es compon de subprojectes (branding, Website, Xarxes socials, Estratègia SEM/SEO). Aquests s'aniran lliurant a mida que es vagin finalitzant.

### **Dates**

Inici Projecte: 21/09/2011

Lliurament "*Estratègia SEM/SEO*": 19/10/2011

Lliurament "*Branding*": 18/11/2011

Lliurament "*Xarxes socials*": 23/11/2011

Lliurament "*Plataforma web*": 02/12/2011

Fi Projecte: 05/12/2011

S'adjunta Annex 2 de Planificació del Projecte

S'adjunta Annex 6 Site map

S'adjunta Annex 7 Llibre d'estils

S'adjunta Annex 8 Xarxes socials

S'adjunta Annex 9 Botiga virtual

## 2.7.Pressupost

En aquest projecte hi intervindran dues empreses.

L'una encarregada d'establir l'estratègia de Màrqueting (SEM), elaboració de les recomanacions SEO i posta en funcionament de les Xarxes Socials.

El cost aproximat per a definir l'estratègia SEM (Search Engine Marketing) i la implementació de xarxes socials (facebook, twitter, youtube, flickr) sense contemplar la dinamització d'aquestes serà de 4.000€.

El cost per a la definició on-site i off-site SEO (Search Engine Optimisation) de la plataforma web serà de 5.000€.

La segona portarà el pes de la imatge de marca(Branding) i el desenvolupament de la plataforma web.

La imatge de marca i la seva aplicació a diferents formats s'eleva a uns 5.000€

El desenvolupament de la plataforma web pujarà a 10.000€ on s'inclouen la posta en funcionament, un any de manteniment/modificacions prèviament pressupostades.

El total del projecte serà de 24.000€

# **ANNEXOS**

---

ANNEX 1: Recursos utilitzats

ANNEX 2: Planificació del projecte

ANNEX 3: Guions

ANNEX 4: Bibliografia i enllaços relacionats amb el projecte

ANNEX 5: Estudi de mercat

ANNEX 6: Sitemap

ANNEX 7: Llibre d'estils (branding)

ANNEX 8: Xarxes Socials

ANNEX 9: Botiga virtual

---