



# Conceptualización y diseño de una web para el BUFF MOUNTAIN FESTIVAL

Memoria de Proyecto Final de Máster

**Máster universitario de Aplicaciones multimedia: diseño y desarrollo de Smartcontent**

Diseño, creación y multimedia

**Autor: Jorge Juan Wimes Vicedo**

Consultor: Sergio Schvarstein Liuboschetz

Profesor: David García Solórzano y Laura Porta Simó

Fecha de entrega: 12/06/2017

## Créditos/Copyright

Una página con la especificación de créditos/copyright para el proyecto (ya sea de aplicación de una por un lado o de documentación por otro, o unificando), así como el uso de marcas, productos o Servicios de terceros (incluido el código fuente). Si una persona diferente al autor colaborar en el proyecto, ha de quedar explicitada su identidad y que realizó.

A continuación, se ejemplifica el caso más habitual y una lista de posibles alternativas:



Esta obra está sujeta a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SenseObraDerivada [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)

### **Licencias alternativas (elegir alguna de las siguientes y sustituir la licencia anterior)**

#### **A) CreativeCommons:**



Licencias alternativas (elegir alguna de las siguientes y sustituir la licencia anterior) [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)



Esta obra está sujeta a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)



Esta obra está sujeta a una licencia de Reconocimiento-NoComercial [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)



Esta obra está sujeta a una licencia de Reconocimiento-SenseObraDerivada [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)



Esta obra está sujeta a una licencia de Reconocimiento-CompartirIgual [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)



Esta obra está sujeta a una licencia de Reconocimiento [3.0 Espanya de CreativeCommons](#)

#### **B) GNU Free DocumentationLicense (GNU FDL)**

Copyright © 2017 Jorge Juan Wimes Vicedo.

Permission is granted to copy, distribute and/or modify this document under the terms of the GNU Free Documentation License, Version 1.3 or any later version published by the Free Software Foundation; with no Invariant Sections, no Front-Cover Texts, and no Back-Cover Texts. A copy of the license is included in the section entitled "GNU Free Documentation License".

### **C) Copyright**

© (Jorge Juan Wimes Vicedo)

Reservados todos los derechos. Está prohibido la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la impresión, la reprografía, el microfilme, el tratamiento informático o cualquiera otro sistema, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler y préstamo, sin la autorización escrita del autor o de los límites que autorice la Ley de Propiedad Intelectual.

## FICHA DE TRABAJO FINAL

<b>Título del proyecto:</b>	<i>Conceptualización y diseño de una web para el BUFF MOUNTAIN FESTIVAL</i>
<b>Nombre del autor:</b>	<i>Jorge Juan Wimes Vicedo</i>
<b>Nombre del consultor/a:</b>	<i>Sergio Schvarstein Liuboschetz</i>
<b>Nombre del PRA:</b>	<i>David García Solórzano</i>
<b>Fecha de entrega (mm/aaaa):</b>	<i>12/06/2017</i>
<b>Titulación o programa:</b>	<i>Máster universitario de Aplicaciones multimedia: diseño y desarrollo de Smartcontent</i>
<b>Área de Trabajo Final:</b>	<i>Diseño, creación y multimedia</i>
<b>Idioma del trabajo:</b>	<i>Castellano</i>
<b>Palabras clave</b>	<i>Festival, montaña, deporte</i>

**Resumen del Trabajo:** *El proyecto nace a partir de uno de los proyectos deportivos ya existen de la marca, la BUFF® Epic Trail. Es una carrera de Trail Running, que transcurre por el centro del Pirineo, rodeando el Parque Nacional de Aigüestortes y el lago de San Mauricio, con tres disciplinas competitivas diferentes.*

*En la tercera edición, el proyecto se consolida, logrando un público internacional al lograr que sea una de las pruebas de los Mundiales de Skyrunning de la ISF (International Skyrunning Federation). Consiguiendo que vengan a participar al evento al Campeón/ona de mundo Kilómetro Vertical, Maratón y Ultra de 2016.*

*En esta última edición, hubo más de 6.000 espectadores, 1.670 deportistas repartidos con 38 nacionalidades.*

*El proyecto requiere de la conceptualización y diseño de una web para el Festival de Montaña, que pretende dar cabida a dos públicos muy diferenciados, tanto un público generalista como corredores profesionales, todos ellos amantes de la montaña que podrán disfrutar de diversas actividades.*

*Las piezas que se desarrollarán son:*

- La creación de la nueva marca del evento.*
- La web.*
- Piezas de difusión del evento: carteles y banners para las RRSS.*

**Abstract (in English, 250 words or less):**

The project was born from one of the sport projects already existing of the brand, the BUFF® Epic Trail. It is a Trail Running race, which runs through the center of the Pyrenees, surrounding the National Park of Aigüestortes and the lake of San Mauricio, with three different competitive disciplines.

In the third edition, the project is consolidated, achieving an international audience by making it one of the tests of the World Skyrunning of the ISF (International Skyrunning Federation). Getting the World Champion / One Mile, Marathon and Ultra of 2016 to participate in the event.

In this last edition, there were more than 6,000 spectators, 1,670 athletes distributed with 38 nationalities.

The project requires the conceptualization and design of a website for the Mountain Festival, which aims to accommodate two very different audiences, both a general public and professional riders, all lovers of the mountain that can enjoy various activities.

The pieces that will be developed are:

- The creation of the new brand of the event.
- The Web.
- Diffusion pieces of the event: posters and banners for the RRSS.

## Dedicatoria/Cita

Agradecer a mi mujer Blanca el apoyo durante estos meses, a pesar de solaparse con el nacimiento de nuestro primero hijo y hacer malabares para llegar a todo.

## Agradecimientos

Agradecer a mi tutor Sergio Schvarstein, los consejos y herramientas para aplicar una metodología más sólida para encarar el proyecto.

## Abstract

El proyecto nace a partir de uno de los proyectos deportivos ya existen de la marca, la BUFF® Epic Trail. Es una carrera de Trail Running, que transcurre por el centro del Pirineo, rodeando el Parque Nacional de Aigüestortes y el lago de San Mauricio, con tres disciplinas competitivas diferentes.

En la tercera edición, el proyecto se consolida, logrando un público internacional al lograr que sea una de las pruebas de los Mundiales de Skyrunning de la ISF (International Skyrunning Federation). Consiguiendo que vengan a participar al evento al Campeón/ona de mundo Kilómetro Vertical, Maratón y Ultra de 2016.

En esta última edición, hubo más de 6.000 espectadores, 1.670 deportistas repartidos con 38 nacionalidades.

El proyecto requiere de la conceptualización y diseño de una web para el Festival de Montaña, que pretende dar cabida a dos públicos muy diferenciados, tanto un público generalista como corredores profesionales, todos ellos amantes de la montaña que podrán disfrutar de diversas actividades.

Las piezas que se desarrollarán son:

- La creación de la nueva marca del evento.
- La web.
- Piezas de difusión del evento: carteles y banners para las RRSS.

## Abstract ingles

The project was born from one of the sport projects already existing of the brand, the BUFF® Epic Trail. It is a Trail Running race, which runs through the center of the Pyrenees, surrounding the National Park of Aigüestortes and the lake of San Mauricio, with three different competitive disciplines.

In the third edition, the project is consolidated, achieving an international audience by making it one of the tests of the World Skyrunning of the ISF (International Skyrunning Federation). Getting the World Champion / One Mile, Marathon and Ultra of 2016 to participate in the event.

In this last edition, there were more than 6,000 spectators, 1,670 athletes distributed with 38 nationalities.

The project requires the conceptualization and design of a website for the Mountain Festival, which aims to accommodate two very different audiences, both a general public and professional riders, all lovers of the mountain that can enjoy various activities.

The pieces that will be developed are:

- The creation of the new brand of the event.
- The Web.
- Diffusion pieces of the event: posters and banners for the RRSS.

## Palabras clave

*Festival, montaña, deporte, familias, actividades y profesionales*

## Anotaciones y Convenciones

Uso de tipografías (familias, negritas, itálicas, etc.) para distinguir tipos de contenidos en los textos, por ejemplo, código, etc.

# Índice

<b>Capítulo 1: Introducción.....</b>	<b>14</b>
<b>1. Introducción/Prefacio.....</b>	<b>14</b>
<b>2. Descripción/Definición.....</b>	<b>15</b>
<b>3. Objetivos generales.....</b>	<b>16</b>
3.1 Objetivos principales.....	16
<b>4. Metodología y proceso de trabajo.....</b>	<b>17</b>
<b>5. Planificación.....</b>	<b>18</b>
<b>6. Presupuesto.....</b>	<b>25</b>
<b>Capítulo 2: Análisis.....</b>	<b>27</b>
<b>1. Análisis y antecedentes.....</b>	<b>27</b>
<b>2. Público objetivo y perfiles de usuario.....</b>	<b>29</b>
<b>3. Definición de objetivos/especificaciones del producto.....</b>	<b>30</b>
<b>Capítulo 3: Diseño.....</b>	<b>31</b>
<b>1. Diseño gráfico.....</b>	<b>31</b>
1.1 Evolución logotipo.....	31
1.1.2 Logotipo Final.....	35
1.1.3 Convivencia Logotipos.....	36
1.1.4 Paleta de colores.....	36
1.1.5 Inspiración gráfica.....	38
1.1.6 Tratamiento gráfico.....	40
1.1.7 Tratamiento fotográfico.....	41
<b>2. Usabilidad/UX.....</b>	<b>42</b>
<b>3. Lenguajes de programación y APIs utilizadas.....</b>	<b>43</b>
<b>Capítulo 4: Demostración.....</b>	<b>44</b>
<b>1. Instrucciones de uso.....</b>	<b>44</b>
<b>2. Prototipos.....</b>	<b>45</b>
2.1 Prototips Lo-Fi.....	45
<b>Capítulo 5: Conclusiones y líneas de futuro.....</b>	<b>59</b>
<b>1. Conclusiones.....</b>	<b>59</b>
<b>2. Líneas de futuro.....</b>	<b>60</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>61</b>

## Figuras y tablas

### Índice de figuras

Figura 1 Inspiración logotipo.....	32
Figura 2: Evolución Logotipo I.....	32
Figura 3: Evolución Logotipo II.....	33
Figura 4: Evolución Logotipo III.....	33
Figura 5: Evolución Logotipo IV.....	34
Figura 6: Evolución Logotipo V.....	34
Figura 7: Evolución Logotipo VI.....	35
Figura 8: Evolución Logotipo VII.....	35
Figura 9: Evolución Logotipo VIII.....	35
Figura 10: Evolución Logotipo IX.....	36
Figura 11: Logotipo final.....	36
Figura 12: Convivencia Logotipo.....	37
Figura 13: Tipografías y estilos de fuentes.....	38
Figura 14: Paleta de colores.....	38
Figura 15: Inspiración grafica I.....	39
Figura 16: Inspiración grafica II.....	39
Figura 17: Inspiración grafica III.....	40
Figura 18: Inspiración grafica IV.....	40
Figura 19: Tratamiento grafico I.....	41
Figura 20: Tratamiento grafico II.....	41
Figura 21: Tratamiento grafico III.....	42
Figura 22: Tratamiento fotográfico I.....	42
Figura 23: Tratamiento fotográfico II.....	43
Figura 24: Sitemap.....	44
Figura 25: Wireframe 1.....	46
Figura 26: Wireframe 2.....	47
Figura 27: Wireframe 3.....	48
Figura 28: Wireframe 4.....	49
Figura 29: Wireframe 5.....	50
Figura 30: Wireframe 6.....	51
Figura 31: Wireframe 7.....	52
Figura 32: Wireframe 8.....	53
Figura 33: Wireframe 9.....	54
Figura 34: Wireframe 10.....	55

### Índice de tablas

Tabla 1 Hitos vs fechas de entrega.....	17
Tabla 2 Planificación Diseño logotipo.....	18
Tabla 2 Planificación Diseño árbol de navegación.....	19
Tabla 2 Planificación contenidos y wireframes.....	19
Tabla 2 Planificación Diseño responsive.....	20
Tabla 2 Planificación Fase final responsive.....	20
Tabla 2 Planificación programación frontend Epic.....	21
Tabla 2 Planificación cambio sección diseño actividades.....	21
Tabla 2 Planificación diseño sección agenda.....	22
Tabla 10: Planificación desarrollo de comunicación RRSS.....	22

# Capítulo 1: Introducción

## 1.Introducción/Prefacio

'El fenómeno del running sigue imparable en nuestro país, donde ya son cinco millones de personas quienes lo practican. Lo llaman "veneno saludable". Analizamos por qué es tan popular y le proporcionamos consejos para convertirse en el perfecto runner.'

Este extracto es el inicio de un artículo del 3 de marzo del 2017, que analiza el fenómeno del running, porqué engancha cada vez a más adeptos. (<http://www.expansion.com/fueradeserie/cuerpo2017/03/02/58808d01e5fdea844e8b45fb.html>)

Cada vez son más las personas que corren en la ciudad y por la montaña, han aparecido multitud de pruebas a lo largo del territorio nacional, que se han convertido en un plan de amigos, familiar, en el que se socializa la gente en un entorno saludable y natural.

Este proyecto nace de un proyecto real, asociado a una marca catalana, BUFF, que lleva un tiempo trabajando con productos para deportistas. En su plan estratégico sponsorizan corredores y ciertas carreras que se organizan, quieren dar un paso más y crear un evento, más bien un festival que durará tres días, en los que quieren juntar a profesionales en activo el deporte como a personas aficionadas a la naturaleza y a la práctica de actividades en ella.

Al partir de un briefing marcado por el cliente, tener unos tiempos de ejecución y entrega pautados por el inicio de competición, el proyecto tiene la complejidad y emoción del día a día del entorno laboral, me dará una perspectiva global de las diversas fases de actuación en proyecto multimedia, desde su conceptualización hasta la producción.

## 2. Descripción/Definición

El proyecto nace a partir de uno de los proyectos deportivos ya existen de la marca, la BUFF® Epic Trail. Es una carrera de Trail Running, que transcurre por el centro del Pirineo, rodeando el Parque Nacional de Aigüestortes y el lago de San Mauricio, con tres disciplinas competitivas diferentes. En la tercera edición, el proyecto se consolida, logrando un público internacional al lograr que sea una de las pruebas de los Mundiales de Skyrunning de la ISF (International Skyrunning Federation). Consiguiendo que vengan a participar al evento al Campeón/ona de mundo Kilómetro Vertical, Maratón y Ultra de 2016.

En esta última edición, hubo más de 6.000 espectadores, 1.670 deportistas repartidos con 38 nacionalidades.

El proyecto requiere de la conceptualización y diseño de una web para el Festival de Montaña, que pretende dar cabida a dos públicos muy diferenciados, tanto un público generalista como corredores profesionales, todos ellos amantes de la montaña que podrán disfrutar de diversas actividades.

### 3. Objetivos generales

#### 3.1 *Objetivos principales*

Los objetivos de la aplicación/producto/servicio son los siguientes:

- Enseñar nuevas formas de vivir la montaña
- Asociar la marca Buff a un deporte en auge como son las trails y los deportes de montaña
- Poner en valor los productos de Buff, ampliar el target a los usuarios generalistas
- Potenciar y dar a conocer a los Embajadores (deportistas) de Buff a todo el público

Los objetivos para al cliente/usuario se detallan a continuación:

- Queremos crear una experiencia 360° para todos los asistentes
- Convertimos en el festival referencia de deportes de montaña en el territorio nacional

Los objetivos personales del autor del TF son:

- Analizar briefings e identificar el problema para generar la solución
- Mejorar mi capacidad de pensar ideas y ejecutarlas con criterio
- Diseñar de forma coherente el diseño en función del wireframe
- Aprender nuevos procesos creativos
- Mejorar habilidades en proyectos multimedia
- Trabajar con calma bajo la presión de las diversas entregas
- Ganarme la confianza y poder trabajar con soltura, asumiendo más responsabilidades.
- Ser honesto con el trabajo y tomar decisiones.

#### **4. Metodología y proceso de trabajo**

El producto a desarrollar es una evolución de los productos que ya tiene el cliente o la empresa Buff. Estos ya disponen de diferentes marcas o carreras propias y en trabajo era ir un poco más allá y hacer que toda la familia pudiera disfrutar de esa experiencia trail añadiendo actividades en la montaña.

La estrategia es seguir la línea de Buff a nivel de diseño y apariencia de la web e intentar darle un aire más fresco para su adaptación a las nuevas actividades añadidas para que este sea un festival de montaña apto para todos los públicos.

A nivel de metodologías de búsqueda, no use ninguna, ya que yo soy un perfil de persona que buscaría o consultaría la web para la Buff Mountain Festival, por lo que me imagine que buscaría yo. Sí que en algunos casos pensé en lo que le gustaría a mi entorno relacionado con las trail, según algunas conversaciones que habíamos tenido, por lo que habrá usado la parte de "entrevistas". Así mismo al ser Buff una marca ya instaurada se ha de seguir la línea del propio cliente y pensar en que querrían ellos y no tanto en lo que buscaría uno mismo, así que ya disponía de un conocimiento bastante amplio tanto del cliente como de la temática.

## 5. Planificación

Los diferentes hitos de las entregas se pueden ver resumidos en la siguiente tabla:

Hito	Fecha entrega
Diseño del logotipo	31/03/2017
Desarrollo de la gráfica del evento	07/04/2017
Desarrollo del árbol de navegación, contenidos y wireframes, de la web	21/04/2017
Diseño de la interfaz gráfica de la web	30/04/2017

Tabla 1 Hitos vs fechas de entrega

Así mismo, a continuación, se detalla cada una de estas fases:

### Diseño del logotipo. Entrega viernes 31 de marzo.

- análisis gráfico de tendencias en logotipos de estilo "Festival" y en deportes
- realizar propuestas por varios caminos, para ver luego cual puede encajar mejor
- depurar dos o tres propuestas
- realizar una presentación a cliente
- cambios de logotipo en base a los cambios expuestos por el cliente
- preparar versión final y formatos para usar en diversos soportes

### Desarrollo de la gráfica del evento. Formas, colores, tipografías. Entrega viernes 07 de abril.

- realizar propuestas por varios caminos, para ver luego cual puede encajar mejor
- trabajar en detalle dos propuestas gráficas
- realizar una presentación a cliente
- realizar un cartel que nos servirá de master de diseño
- cambios de cartel en base a los cambios expuestos por el cliente
- preparar versión final y preparar adaptaciones del cartel a otros formatos para su divulgación

### Desarrollo del árbol de navegación, contenidos y wireframes, de la web. Entrega viernes 21 de abril.

- reunión con el cliente para realizar la primera versión del árbol, definir objetivos de la web y saber los contenidos más relevantes del site
- definir el árbol de navegación
- trabajo con Axure para trabajar los wireframes
- reunión con el cliente para verificar los wireframes de cada pantalla
- aplicar modificaciones que surjan de la reunión

### Diseño de la interfaz gráfica de la web. (nos centraremos en la home). Entrega domingo 30 de abril.

- análisis gráfico de tendencias
- realizar propuestas por varios caminos, para ver luego cual puede encajar mejor
- depurar dos propuestas gráficas de home y las pantallas más relevantes
- preparar un prototipo para la presentación
- realizar una presentación a cliente

En las siguientes tablas se puede ver en detalle las diferentes tareas:

Planificación prevista para la etapa			
Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Estado

Diseño del logotipo	1 de marzo	31 de marzo	Acabada
<p>Observaciones:</p> <p>El diseño del logotipo se ha hecho por fases, en las que se ha podido construir el logo con una base conceptual potente y la creación de muchas opciones y variantes para poder decidir y matizar en los detalles. A continuación, veremos las fases que se ha seguido:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Para poder empezar a diseñar las propuestas, primero ha habido que hacer un análisis gráfico de tendencias en logotipos de estilo "Festival" y en deportes. En este pequeño estudio se ha concluido que las formas triangulares que nos recuerdan a montañas y apuntando hacia una dirección resultan bastante efectivas.</li> <li>2. Decisión de tirar por un camino geométrico triangular + tipográfico.</li> <li>3. Establecer que el estilo gráfico se adecue a la imagen gráfica de BUFF y que transmita los sus valores. Tener presente que la marca irá acompañada del logotipo BUFF.</li> <li>4. Diseño de propuestas con diferentes conceptos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Formas triangulares + logo BUFF + Nombre festival</li> <li>- Formas triangulares + logo BUFF + Nombre festival + elementos iconos</li> <li>- Formas triangulares redondeadas + logo BUFF + Nombre festival</li> <li>- Formas triangulares + logo BUFF + Nombre festival (cantos y tipografías redondas)</li> <li>- Versiones a color y B/N</li> </ul> </li> </ol> <p>Para finaliza se ha podido hacer la tarea dentro del timing establecido aunque se ha tenido que destinar mucho tiempo en poder valorar y decidir cuál era la opción más adecuado.</p>			

Tabla 2 Planificación Diseño logotipo

Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Estado
Árbol de navegación	8 de abril	21 de abril	Acabada

<p>Observaciones:</p> <p>Para poder hacer el árbol de navegación se ha destinado mucho tiempo en definir los contenidos y sobretodo en reuniones con el cliente para determinar conceptos. Ha habido movimientos y opiniones que han ido variando el árbol hasta que se ha aceptado por todas las partes.</p> <p>Finalmente se ha podido hacer la tarea dentro del timing establecido aunque si se hubiera hecho con anterioridad habría se habría podido destinar más tiempo a otras tareas.</p>
---

Tabla 3 Planificación Diseño árbol de navegación

Nombre de la tarea	Data inicio	Data final	Esta do
Contenidos y wireframes	8 de abril	21 de abril	Acaba da
<p>Observaciones:</p> <p>Como en el mismo caso anterior del árbol de navegación, la creación de wireframes ha sido de menos a más. Cómo más detalle aportaba el cliente más se ha podido concretar al detalle el diseño de wireframes.</p> <p>Finalmente se ha podido hacer la tarea dentro del timing establecido.</p>			

Tabla 4 Planificación contenidos y wireframes

Planificación prevista para la etapa			
Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Esta do
Diseño del responsive	25/04/2017	28/04/2017	Acaba da

Observaciones:

Para poder realizar el diseño responsive, se ha estructurado de la siguiente forma:

1. Estructurar los elementos
2. Adaptación del diseño en formato móvil
3. Se han preparado por separado la versión de la web del Mountain Festival y por otro lado la web Epic Trail
4. Se ha presentado al cliente para su validación

Tabla 5 Planificación Diseño responsive

Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Estado
Fase final diseño	29/04/2017	04/05/2017	Acabada
<p>Observaciones:</p> <p>Una vez el diseño ha sido aprobado en todas sus pantallas por el cliente. Se ha de preparar el material para la fase de maquetación del front-end. Tanto en la versión desktop y móvil.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se han ordenado los elementos, eliminado contenidos innecesarios, reunido tipo- grafías, preparado SVG's, las imágenes,..</li> <li>2. Se han estructurado archivos separados de ambas webs y en archivos independientes las secciones comunes.</li> </ol> <p>* en la carpeta material PAC4 se pueden encontrar los diversos archivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>_ version_Desktop</li> <li>_ version_Responsive</li> </ul>			

Tabla 6 Planificación Fase final responsive

Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Estado
Programación frontend EPIC	04/05/2017	22/05/2017	Acabada

<p>Observaciones:</p> <p>A partir del material de ambas webs se ha comenzado a maquetar la estructura de la web:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se ha comenzado a trabajar la versión móvil, montando la estructura de la home, haciendo especial hincapié en el header, menú hamburguesa y submenú. Más adelante se ha fijado el footer, para finalizar con el contenido central.</li> <li>2. A continuación, se han maquetado las diversas secciones de la web.</li> <li>3. Una vez maquetado el Responsive hemos pasado a maquetar la versión ordenador y tablet, para controlar la maquetación en los diversos tramos.</li> <li>4. Una vez maquetado todo el front, se han trabajado las animaciones de los headers cuando bajas el scroll, de vital importancia al tener dos logotipos protagonistas que dan acceso a las dos webs.</li> </ol> <p>* en la carpeta material PAC4 se pueden encontrar los diversos archivos: _ CSS_JS_Buff</p>
--

Tabla 7 Planificación programación frontend Epic

Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Estado
Cambio sección diseño actividades	12/05/2017	18/05/2017	Acabada
<p>Observaciones:</p> <p>El cliente ha propuesto unos cambios para la sección de las actividades. Para poder aplicarlos se ha trabajado de la siguiente forma en paralelo a la programación:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recepción de los cambios</li> <li>2. Reestructuración y síntesis de la información.</li> <li>3. Presentación al cliente.</li> <li>4. Pendientes de la validación por parte del cliente para poder maquetar.</li> </ol> <p>* en la carpeta material PAC4 se pueden encontrar los diversos archivos: _ cambio_seccion_actividades</p>			

Tabla 8 Planificación cambio sección diseño actividades

Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Estado
Diseño sección agenda	03/05/2017	14/05/2017	Acabada

## Observaciones:

El cliente ha pedido desarrollar la sección de Agenda. La principal preocupación ha sido trabajar los diversos roles y actividades que pueden gestionar los usuarios.

1. Análisis de calendarios en diversos gestores de correo
2. Reestructuración y síntesis de la información.
3. Propuestas de diseño
4. Presentación al cliente.
5. Pendiente de validación, para poder proceder a la maquetación.

\* en la carpeta material PAC4 se pueden encontrar los diversos archivos:  
\_seccion\_Agenda

Tabla 9 Planificación diseño sección agenda

Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Estado
Desarrollo de comunicación RRSS	12/05/2017	18/05/2017	Acabada
<p>Observaciones:</p> <p>Para poder desarrollar una campaña comunicativa en redes sociales se ha estructurado de la siguiente forma:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pensar una estrategia</li> <li>2. Contabilizar y planificar publicaciones</li> <li>3. Decidir y simplificar información para mostrar los contenidos más interesantes y atractivos.</li> <li>4. Diseñar banners/espacios adaptados a las plataformas.</li> </ol> <p>* la estrategia y planificación va a cargo de una agencia externa, mi aportación será de diseño de las diversas piezas que vayan necesitando. No puedo ajuntar el material de la otra agencia por tema de protección de datos.</p> <p>* en la carpeta material PAC4 se pueden encontrar los diversos archivos: _RRSS_banner</p>			

Tabla 10 Planificación desarrollo de comunicación RRSS

Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Estado
Ajustes Programación front-end	22/05/2017	25/05/2017	Acabada

<p>Observaciones:</p> <p>A partir de la entrega a cliente, se han recibido varias modificaciones que deben aplicarse:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. En la PAC4 se mostró un nuevo diseño de Agenda, una vez aprobado el diseño, se procede a la maquetación de esta sección.</li> <li>2. Se ajustan algunos detalles en los break points del Responsive. Sobre todo, las transiciones del menú superior de ambas las dos homes que tiene el proyecto. <ul style="list-style-type: none"> <li>* en la carpeta material entrega / archivos_desarrollo / código se pueden encontrar los diversos archivos modificados</li> </ul> </li> </ol>
---

Tabla 11 Planificación desarrollo de comunicación RRSS

Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Estado
Coordinar implementación del backend	22/05/2017	04/06/2017	Acabada
<p>Observaciones:</p> <p>En paralelo al desarrollo por mi parte de la maquetación del Front-end, un equipo de dos programadores han trabajado el desarrollo backend, el cliente necesita un administrador para poder gestionar a medio plazo los contenidos de la web.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reunión con el equipo de programación.</li> <li>2. Coordinamos en tres fases la implementación: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vincular contenidos de la Mountain Festival</li> <li>• Vincular contenidos de la EpicTrail</li> <li>• Testeo del administrador</li> <li>• Correcciones</li> </ul> </li> <li>3. Presentación al cliente.</li> </ol> <p>* en la carpeta material entrega / archivos_desarrollo / código se pueden encontrar los diversos archivos modificados</p>			

Tabla 12 Planificación desarrollo de comunicación RRSS

Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Estado
Ajustes Finales antes de la publicación	22/05/2017	04/06/2017	Acabada

<p>Observaciones:</p> <p>Antes de publicar se han llevado a cado los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entre el cliente, programadores y yo mismo, hemos subido los diversos contenidos de la web para su lanzamiento. Hemos estado trabajando en una raíz del hosting.</li> <li>2. La gestión de reserva y compra de las actividades la gestiona una empresa externa que se denomina OciEsport. He vinculado los botones/links de reserva con su plataforma.</li> <li>3. Se ha activado el nuevo dominio y la visibilizado la web.</li> </ol> <p>* La web puede verse en: <a href="http://www.buffmountainfestival.com">www.buffmountainfestival.com</a></p>
--

Tabla 13 Planificación desarrollo de ajustes antes publicación

Nombre de la tarea	Fecha inicio	Fecha final	Esta do
Desarrollo piezas presentación	22/05/2017	12/06/2017	Acaba da
<p>Observaciones:</p> <p>Para la última entrega del proyecto, en paralelo a la finalización del proyecto se han diseñado y maquetado las siguientes piezas.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño y maquetación presentación pública</li> <li>2. Preparar guion y contenidos de la presentación académica</li> <li>3. Diseño y maquetación presentación académica</li> <li>4. Diseño y maquetación memoria</li> <li>5. Diseño y montaje vídeo presentación pública</li> <li>6. Grabación vídeo de la presentación académica</li> </ol> <p>* en la carpeta material entrega se encuentran todos los material</p>			

Tabla 14 Planificación desarrollo piezas presentación

## 6. Presupuesto

El proyecto consta de dos fases, la parte de diseño de logotipo y de web y la segunda parte que es el desarrollo web.

- a. Diseño
  - Horas aproximadas: 25 horas
  - Coste estimado: 625 euros
- b. Desarrollo web:
  - a. Horas aproximadas diseño: 40 horas
  - b. Horas aproximadas maquetación: 80 horas
  - c. Coste estimado: 3.000 euros

La parte que no esta contemplada en el presupuesto del proyecto es la parte que no he desarrollado yo, que se trata del backend de la página web. Realizado por dos desarrolladores durante dos semanas.

# Capítulo 2: Análisis

## 1. Análisis y antecedentes

Antes de comenzar el proyecto analizamos proyectos del ámbito del deporte, pensados para familias o profesionales, tanto eventos de un día como de varios días, a nivel nacional e internacional. Obtendremos información valiosa para ver cómo se tratan productos de aventura, dinámicos, ver el tono que utilizan, estilo de fotografías, códigos de colores, formas... se hace necesario ver dónde nos posicionaremos y cómo seremos relevantes para diferenciarnos del resto y crear un estilo propio.

En esta fase abriremos el análisis a eventos o festivales de otras temáticas: teatro, música, cine..., ya que podemos encontrar funcionalidades, manera de mostrar contenidos, animaciones, estilo de vídeos, agendas... Interesantes que luego aplicar nuestros usuarios.

Para este trabajo se han analizado los siguientes proyectos:

- **Buff Epic Trail**

<http://www.buffepictrail.com/>

Este proyecto se toma a nivel gráfico de punto de partida, nos marca el tono y la línea gráfica a seguir para la parte de la web que desarrolla la carrera para los profesionales. Respetar colores y tipografías feas corporativas.

- **Burning Mountain**

<http://burning-mountain.ch>

Este proyecto se toma como referente, por el aspecto visual y la presencia constante del público al que va dirigido, tanto en la slide principal que permite contextualizar de que va el evento, presentan actividades y te seduce para ir en la próxima edición, como el video Teaser y la utilización de la APP de Instagram para mostrar al público del evento.

Destacable también el detalle de mostrar los días que quedan para motivar a los asistentes y animarles a comprar la entrada. Quizás le faltaría algún call cation de compra de entradas más claro.

- **Keswick Mountain Festival**

<http://www.keswickmountainfestival.co.uk/the-festival/>

Este proyecto lo hemos tomado como referente por el tono cercano, sencillo y directo que muestra tanto en su navegación como en el material audiovisual que aporta. Sin trampa ni cartón nos muestra el evento, las actividades, el tono familiar, las instalaciones y la variedad de opciones que tienes.

Destaca bien en el menú la zona de comprar las entradas, cambiando el estilo gráfico y jerarquía del botón respecto al resto del menú.

A mejorar el apartado de actividades, disponen de muchas y el modo de gestionar y plantear la información hace que la página sea demasiado larga, cansado para el usuario la utilización del scroll y no aprovechan el máximo de la pantalla, anchos de columna de texto muy largos.

- **Coachella**

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

Este proyecto está fuera del ámbito de evento deportivo, pero lo tenemos en consideración porque es un evento consolidado a lo largo de los años y cuenta con necesidades similares: explicar las actividades, seducir a los próximos asistentes, gestión de mucha información...

Los dos elementos más destacables son lo bien que trabajan el tono emocional, de conexión con el público y empatizar con ellos, tocar la fibra con los elementos audiovisuales y claims.

Por otro lado, tienen desarrollada toda la logística a la perfección, las explicaciones son clarísimas, en cuanto a alojamientos, desplazamientos, horarios de las actividades...

Es un modelo a tener en cuenta por estos aspectos y trasladarlos a nuestro proyecto.

Nuestro producto es básico que la visualización móvil funcione bien y se actualice a los diversos dispositivos en: Media Queris, <https://mediaqueri.es/>.

Hemos analizado ejemplos de cómo se adaptan los diferentes elementos: menús, filtros, ...y los diversos sistemas de navegación y organización de la información.

## 2. Público objetivo y perfiles de usuario

En la BUFF® Mountain Festival tenemos actividades para todos los públicos, niveles y edades con ganas de conocer y descubrir el mundo de la montaña.

Nos dirigimos principalmente a estos dos targets:

1. Competidor profesional de las diferentes disciplinas de las pruebas.  
Las actividades que podrán disputar serán las dedicadas al Trail Running, con la BUFF® Epic Trail, una prueba de BTT de las Scott marathon Challenge y una prueba de escalada de velocidad a Rockòdrom donde los competidores sólo se podrán inscribir por invitación.
2. Público generalista, familias, personas de todas las edades.  
Las actividades dedicadas al público generalista serán actividades no competitivas.  
Dentro de cada actividad habrá dos niveles: El básico para toda la familia, de iniciación y exploración. Un segundo nivel para un público más conocedor y exigente.

Otras actividades que se realizarán:

- Cine
- Exposición de fotografía
- Charlas a cargo de deportistas y entidades
- Conciertos para todos los gustos
- Actividades para niños
- Concursos a través de redes sociales
- Actividades programadas durante todo el fin de semana.
- Actividades gratuitas de ocio y Cultura.

### **3. Definición de objetivos/especificaciones del producto**

Los objetivos del proyecto se definen a continuación:

- Queremos crear una experiencia 360° para todos los asistentes
- Enseñar nuevas formas de vivir la montaña
- Asociar la marca Buff a un deporte en auge como son las trails y los deportes de montaña
- Poner en valor los productos de Buff, ampliar el target a los usuarios generalistas
- Potenciar y dar a conocer a los Embajadores (deportistas) de Buff a todo el público

El proyecto destaca por lanzar un producto o experiencia en este caso, de un deporte en auge para todos los públicos. De este modo se ha creado una web traducida a 3 lenguas, para llegar a más usuarios, a través de la cual los deportistas pueden ver todo lo que ofrecemos.

# Capítulo 3: Diseño

## 1. Diseño gráfico

Es importante para el diseño el logotipo, para ellos nos hemos inspirado en diferentes figuras y logotipos como se puede ver a continuación:



Figura 1 Inspiración logotipo

### 1.1 Evolución logotipo

Para llegar a tener un logotipo final, del cual estemos convencidos y sepamos que el cliente se ha identificado con él, se ha pasado por diferentes fases. La evolución del logotipo se puede ver en las siguientes figuras:



Figura 2: Evolución Logotipo I



Figura 3: Evolución Logotipo II



Figura 4: Evolución Logotipo III



Figura 5: Evolución Logotipo IV



Figura 6: Evolución Logotipo V



Figura 7: Evolución Logotipo VI



Figura 8: Evolución Logotipo VII



Figura 9: Evolución Logotipo VIII



Figura 10: Evolución Logotipo IX

### 1.1.2 Logotipo Final

El logotipo final es una combinación de triángulos invertidos, que simbolizan la montaña y dentro las letras del nombre del festival en diferentes tipologías:

Figura 11: Logotipo final

### 1.1.3 Convivencia Logotipos

El logotipo final escogido puede convivir perfectamente con el logo de la trail del mismo sitio donde se realiza la Epic trail, de este modo ambas experiencias se complementan y el usuario final puede relacionar al cliente Buff entre ambas.

Figura 12: Convivencia Logotipo

Así mismo se logotipo del tipología y elemento que se vea que experiencia.



ha dotado al festival con otra algún que otro diferencial para se trata de otra

### 1.1.4 Paleta de colores

La paleta tipográfica y estilos de las fuentes son importantes para el proyecto ya que van a definir el estilo de este:

Figura 13: Tipografías y estilos de fuentes

Los colores escogidos para el proyecto se asemejan a la tierra y a la naturaleza que podríamos encontrar en las montañas:

Figura 14: Paleta de colores



#### Trial



CMYK 30/29/45/10  
RGB 178/164/137  
#B2a489



CMYK 53/48/58/45  
RGB 94/86/73  
#5e5649



CMYK 44/45/66/36  
RGB 120/103/73  
#786749



CMYK 24/30/78/9  
RGB 192/162/74  
#c0a24a

#### Colores web



CMYK 100/100/100/45  
RGB 33/34/28  
#20211b



CMYK 1/30/89/0  
RGB 249/186/36  
#f9ba24

#### Mountain Festival



CMYK 54/18/69/3  
RGB 133/167/106  
#85a76a



CMYK 67/19/53/3  
RGB 93/158/134  
#5d9e86



CMYK 75/31/14/2  
RGB 56/143/186  
#388fba



CMYK 99/85/39/39  
RGB 29/43/78  
#1d2b4e

### 1.1.5 Inspiración gráfica

En las siguientes imágenes se puede ver de donde he cogido la inspiración para el diseño del logotipo y el diseño web:



Figura 15: Inspiración gráfica I



Figura 16: Inspiración gráfica II



Figura 17: Inspiración grafica III  
Figura 18: Inspiración grafica IV



### 1.1.6 Tratamiento gráfico

En las siguientes ilustraciones se puede ver el tratamiento gráfico que se ha dado al proyecto con diferentes capturas de la web.



Figura 19: Tratamiento grafico I

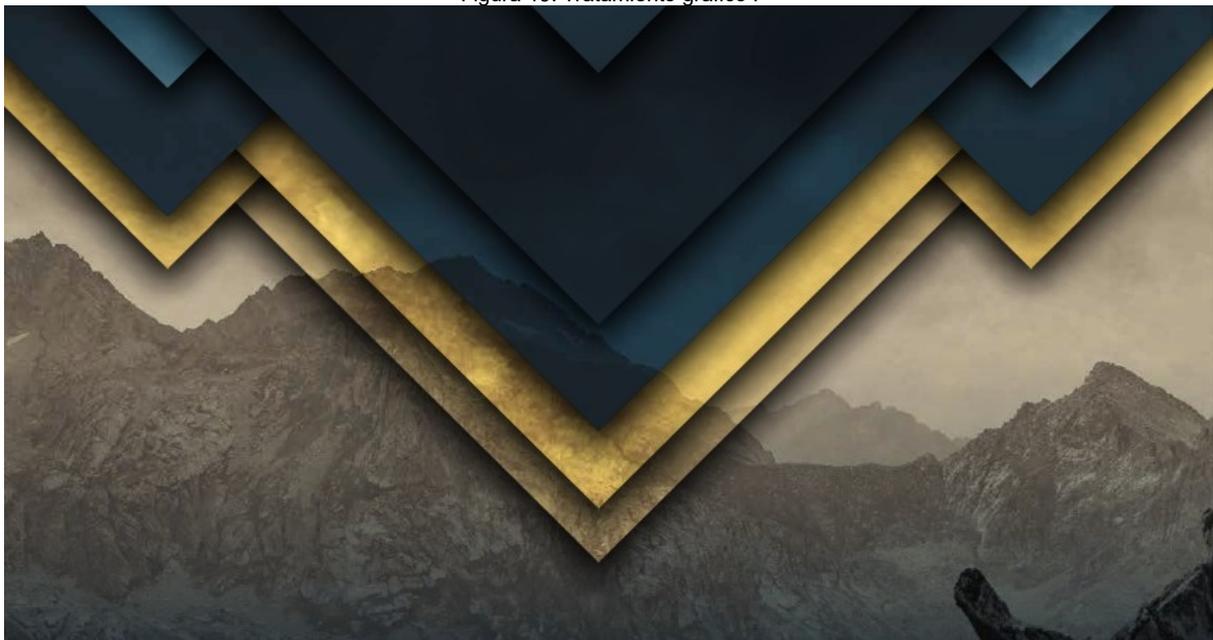


Figura 20: Tratamiento grafico II

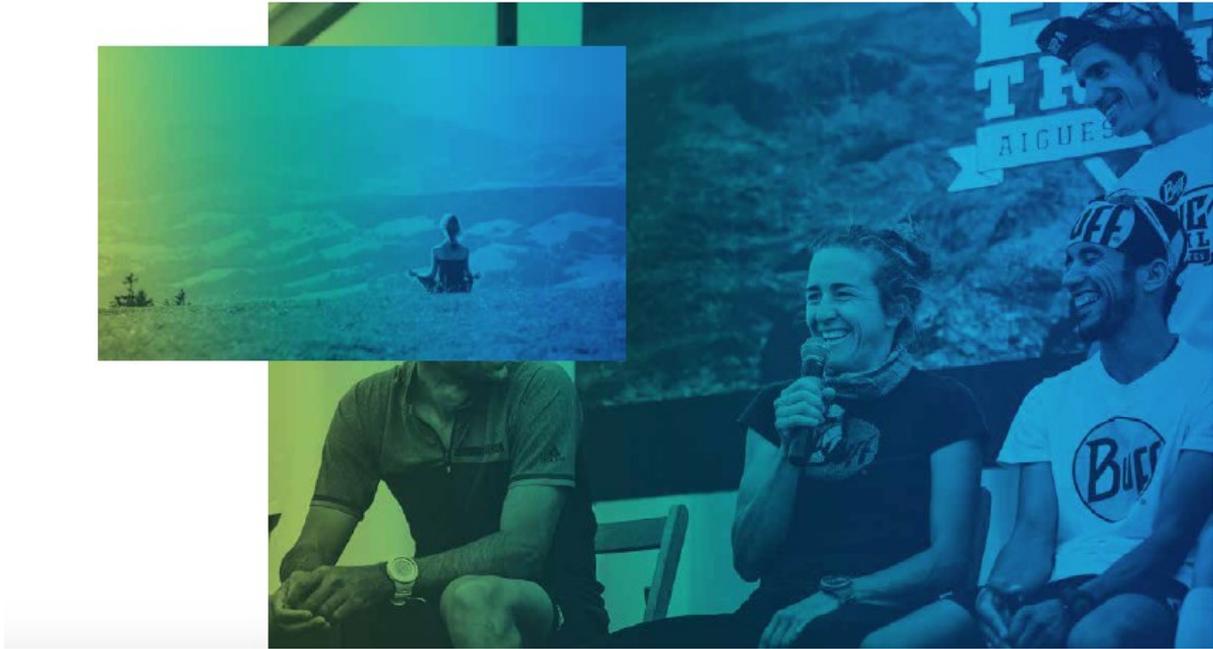


Figura 21: Tratamiento grafico III

### 1.1.7 Tratamiento fotográfico

En las imágenes del proyecto web se ha utilizado un tratamiento grafico en blancos y negros, matizando colores, etc. De este modo las fotos quedan unificadas con la gráfica de la web siento todo más homogéneo.



Figura 22: Tratamiento fotográfico I

Figura 23: Tratamiento fotográfico II

## 2. Usabilidad/UX

El árbol de navegación y el flujo es muy importante para que el usuario no se sienta perdido durante la navegación web. Que esta sea clara y sencilla es básico para que cualquier tipo de usuario pueda llegar a los contenidos que necesita.

A continuación, se puede ver el árbol de navegación:



Figura 24: Sitemap

## 3. Lenguajes de programación y APIs utilizadas

Para la maquetación del front end se ha utilizado Sublime.

Sublime Text es un editor de código multiplataforma, ligero y con pocas concesiones a las florituras. Es una herramienta concebida para programar sin distracciones. Su interfaz de color oscuro y la riqueza de coloreado de la sintaxis, centra nuestra atención completamente.

El programa cuenta “de serie” con 22 combinaciones de color posibles, aunque se pueden conseguir más. Para navegar por el código cuenta con Minimap, un panel que permite moverse por el código de forma rápida.

El programa dispone de auto-guardado, muchas opciones de personalización, cuenta con un buen número de herramientas para la edición del código y automatización de tareas. Soporta macros, Snippets y auto completar, entre otras funcionalidades. Algunas de sus características son ampliables mediante plugins.

# Capítulo 4: Demostración

## 1. Instrucciones de uso

El proyecto es el diseño de una web, por lo que no es necesarias unas instrucciones de uso para los usuarios. Para que sea fácil para los usuarios ya se ha intentado crear un árbol de navegación sencillo y *user friendly* para que cualquier tipo de usuario no tenga problemas en la navegación.

La URL de la web es la siguiente: <http://www.buffmountainfestival.com/>

## 2. Prototipos

En este capítulo se ven los prototipos creados a lo largo del proceso de desarrollo.

### 2.1 Prototips Lo-Fi

- Sketches
- **Wireframes**

A continuación, se pueden ver la diferentes imágenes:



Figura 25: Wireframe 1

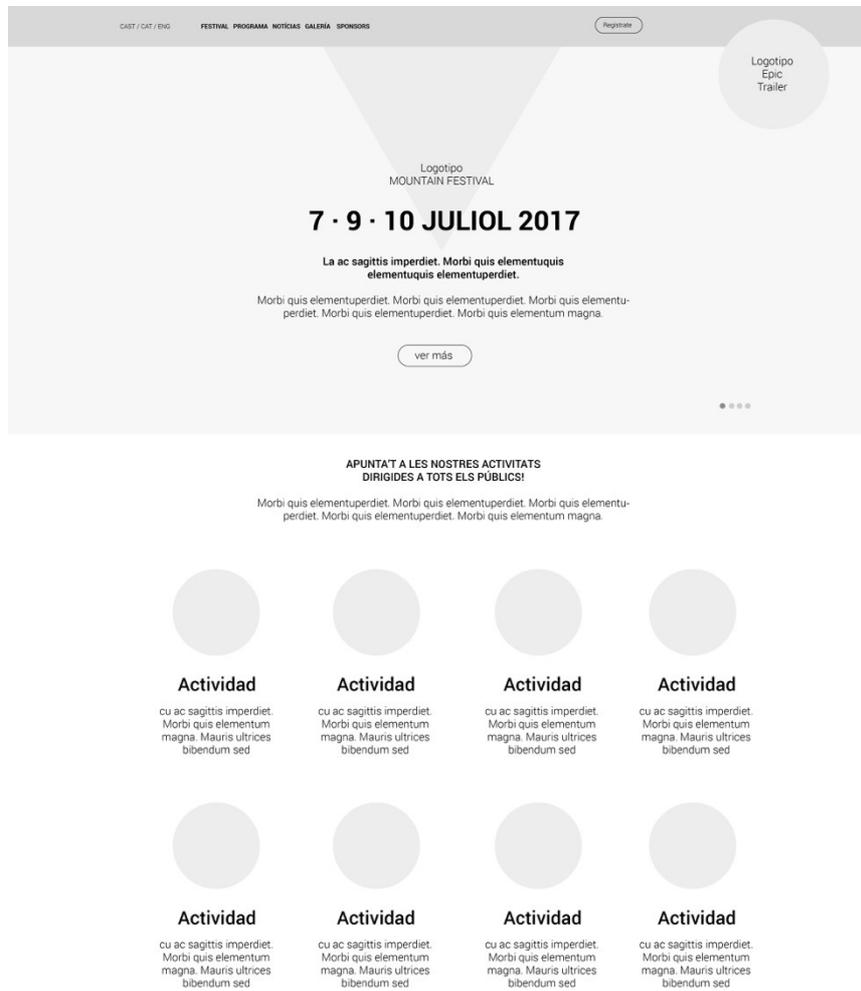


Figura 26:



Wireframe 2



Figura 27:

Wireframe 3

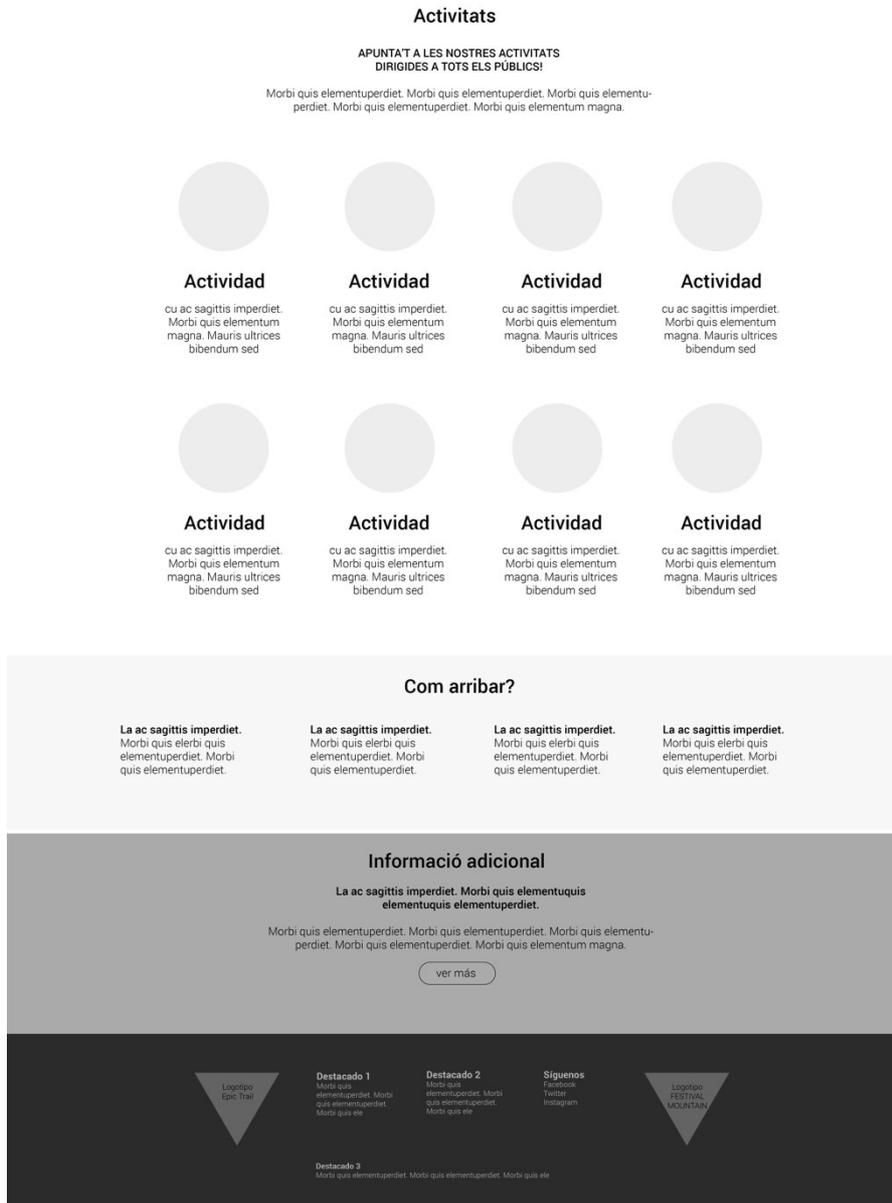


Figura 28: Wireframe 4

CAST / CAT / ENG      FESTIVAL PROGRAMA NOTICIAS GALERÍA SPONSORS      [Registrate](#)

Logotipo MOUNTAIN FESTIVAL

Logotipo Epic Trailer

## ACTIVITAT

**La ac sagittis imperdiet. Morbi quis elementuquis elementuquis elementuperdiet.**

Morbi quis elementuperdiet. Morbi quis elementuperdiet. Morbi quis elementuperdiet. Morbi quis elementuperdiet. Morbi quis elementum magna.

[Inscriu-te](#)

volver

### Equipació

**La ac sagittis imperdiet.**  
Morbi quis elerbi quis elementuperdiet. Morbi quis elementuperdiet.

### Ubicació

**La ac sagittis imperdiet.**  
Morbi quis elerbi quis elementuperdiet. Morbi quis elementuperdiet.

### Característiques

La Via Ferrada del Tossal de Miravet, ubicada al Pont de Suert, és una activitat que engloba tant característiques d'excursionisme com d'escalada, amb el fi de realitzar un itinerari a paret rocosa i equipat amb elements específics, destinats a facilitar la progressió i optimitzar la seguretat. Es tracta d'un esportiu situat a una paret rocosa i equipat amb elements específics, destinats a facilitar la progressió i optimitzar la seguretat. Es tracta d'un itinerari que es divideix en 3 trams on hi podem trobar des de dos ponts nepalesosones des de 14 anys d'edat sense necessitat d'una forma física molt elevada.

### Horaris

---



---



---

### Aforament

#### Preus

<b>25,28€ (+IVA)</b> Morbi quis elerbi quis	<b>25,28€ (+IVA)</b> Morbi quis elerbi quis
<b>25,28€ (+IVA)</b> Morbi quis elerbi quis	<b>25,28€ (+IVA)</b> Morbi quis elerbi quis

### Mapa



**Destacado 1**  
Morbi quis elementuperdiet. Morbi quis elementuperdiet. Morbi quis ele

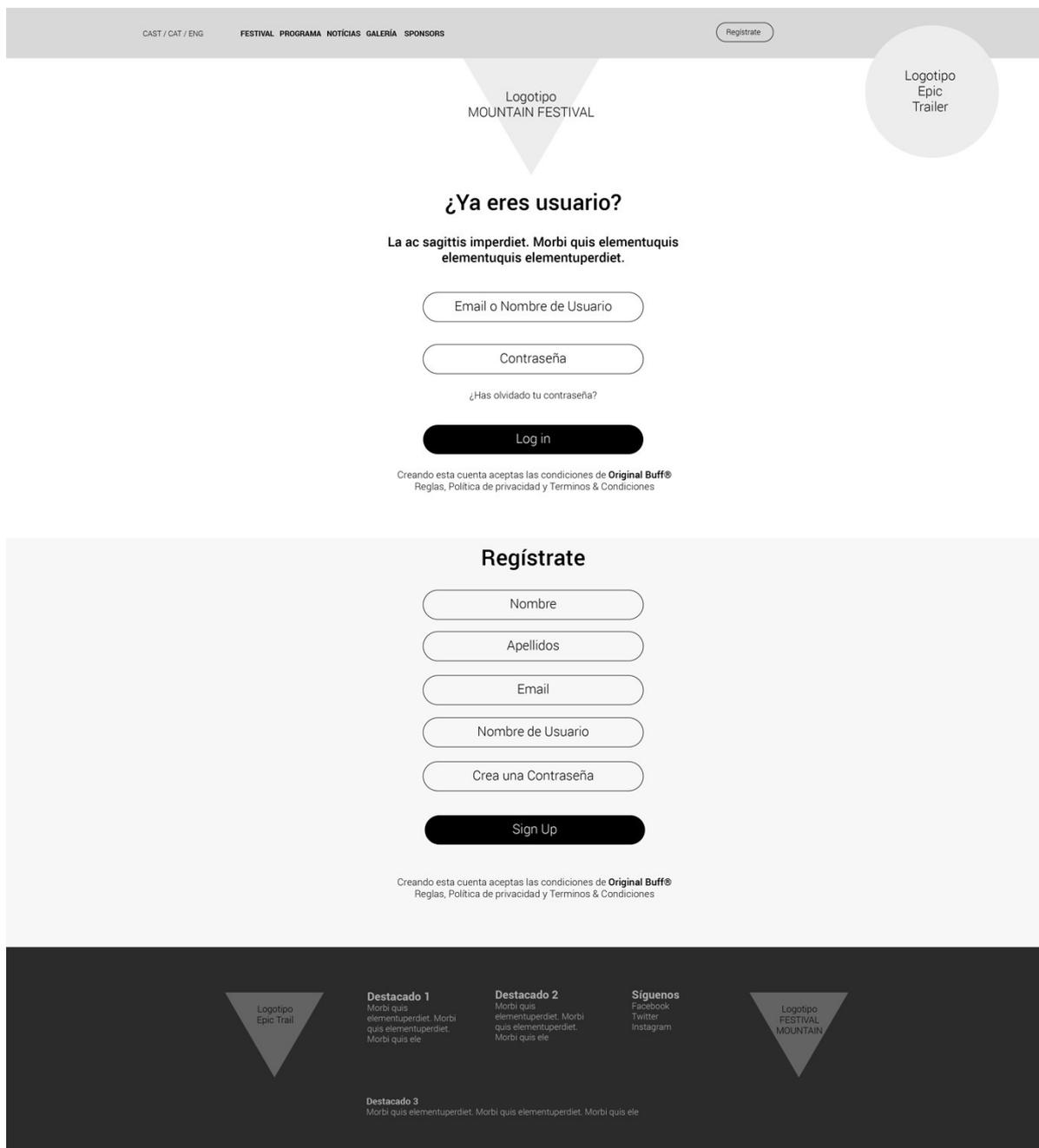
**Destacado 2**  
Morbi quis elementuperdiet. Morbi quis elementuperdiet. Morbi quis ele

**Síguenos**  
Facebook  
Twitter  
Instagram



**Destacado 3**  
Morbi quis elementuperdiet. Morbi quis elementuperdiet. Morbi quis ele

Figura 29: Wireframe 5



CAST / CAT / ENG    FESTIVAL PROGRAMA NOTÍCIAS GALERÍA SPONSORS    [Registrate](#)

Logotipo EPIC TRAIL    Logotipo Mountain festival

Buff epic trail    Mountain Festival

### Galería

Album aceptas las condiciones de Original    Ver más

Logotipo Epic Trail    Destacado 1    Destacado 2    Siguenos    Logotipo FESTIVAL MOUNTAIN

Facebook    Twitter    Instagram

Destacado 3

Privacitat · Condicions d'ús · Publicitat · Opcions d'anuncis · Galetes · BUFF © 2017

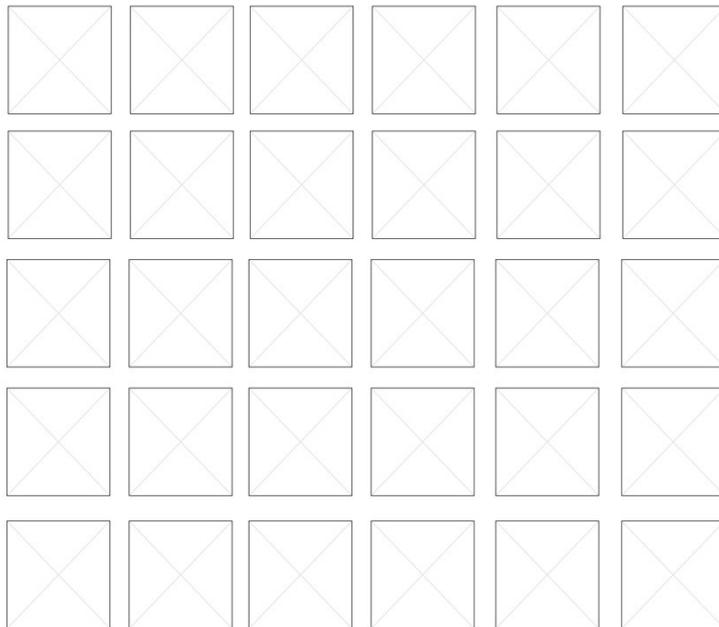
Figura 30: Wireframe 6

Logotipo  
EPIC TRAIL

Logotipo  
Mountain festival

Volver

### Buff® Epic Trail Aigüestortes 2016



Siguiente

Logotipo Epic Trail

**Destacado 1**  
Morbi quis elementuperdied. Morbi quis elementuperdied. Morbi quis ele

**Destacado 2**  
Morbi quis elementuperdied. Morbi quis elementuperdied. Morbi quis ele

**Síguenos**  
Facebook  
Twitter  
Instagram

Logotipo FESTIVAL MOUNTAIN

**Destacado 3**  
Morbi quis elementuperdied. Morbi quis elementuperdied. Morbi quis ele

Figura 31: Wireframe 7



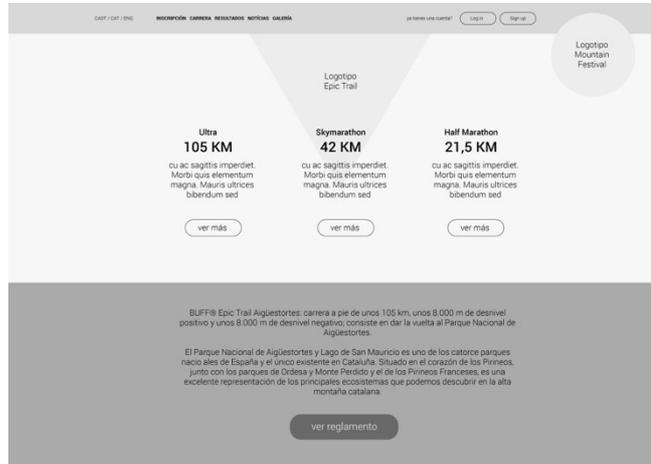


Figura 33: Wireframe

9

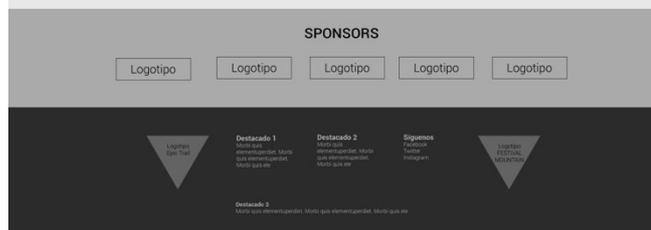


Figura 34: Wireframe

10

# Capítulo 5: Conclusiones y líneas de futuro

## 1. Conclusiones

A grandes rasgos estoy satisfecho con el resultado del proyecto, tenía la dificultad de ser a la vez un proyecto académico y para un cliente con un encargo real, con sus propias necesidades, hitos y entregas.

Requería una coordinación con programadores externos y que el cliente gestionará todos los contenidos de la web, en algunos momentos no ha realizado su papel y nos hemos encontrado tomando decisiones las personas de producción, para poder avanzar y llegar a la fecha límite.

Es evidente que suele ser así el día a día, por lo que contento de poder cumplir, sobre todo gracias a la aplicación metodología de un proyecto académico sobre un encargo real, que requiere antes de proyectar, una buena planificación, análisis, referentes... esto ha permitido en los momentos complicados o previsibles de que hubiera un conato de bloqueo, repasar la hoja de ruta y anticiparse a dichas situaciones.

Además, en el proyecto académico se han propuesto mejoras de evolución, tales como la agenda, que han permitido proponer al cliente como mejoras a corto plazo y han encajado a la perfección.

# Bibliografía

## Libros

- [1] The Design of Everyday Things (nueva edición disponible), Donald Norman
- [2] The Humane Interface, Jef Raskin
- [3] The Principles of Beautiful Web Design, Jason Beaird
- [4] GUI Bloopers (2ª edición disponible), Jeff Johnson
- [5] Learning web design, Jennifer Niederst Robbins
- [6] The Elements of Graphic Design (2ª edición disponible), Alexander W. White
- [7] Thinking with Type (2ª edición disponible), Ellen Lupton
- [8] Designing Visual Interfaces, Kevin Mullet y Darrell Sano
- [9] About Face (4ª edición disponible), Alan Cooper
- [10] Designing for People, Henry Dreyfuss

## Webs

- Buff Epic Trail <http://www.buffepictrail.com/>
- Burning Mountain <http://burning-mountain.ch>
- Kendal Mountain Festival <http://www.mountainfest.co.uk>
- Keswick Mountain Festival <http://www.keswickmountainfestival.co.uk/the-festival/>
- The North Face <https://www.thenorthface.co.uk/innovation/discover/mountain-festival.html>
- Designing interactions <http://www.designinginteractions.com/>
- Designing for emotion <http://www.abookapart.com/products/designing-for-emotion>
- Storytelling for User Experience <http://rosenfeldmedia.com/books/storytelling-for-user-experience/>
- The elements user experience <http://www.amazon.com/The-Elements-User-Experience-User-Centered/dp/0735712026>
- UX Design for Startups <http://www.uxpin.com/ux-design-for-startups.html>
- Ux Design Model <http://www.uxpin.com/knowledge.html>
- Primavera Sound <http://lineup.primaverasound.es/2017>
- Coachella <https://www.coachella.com/>
- Tomorrowland <https://www.tomorrowland.com/global/5>
- Referencias gráficas <https://www.behance.net/>

