Autoria
Paula Moreno Muñoz

Tutor
Marcel Maas

Grau
Comunicació Interactiva UAB

TFG 2024-2025

Redisseny de l’aplicació mòbil d’un gimnàs local per millorar l’experiència d’usuari



Treball de Fi de Grau

Títol

Redisseny de l'aplicació mòbil d'un gimnàs local per millorar l'experiència d'usuari

Autoria

Paula Moreno Muñoz

Professorat tutor

Marcel Josephus Antonius Maas

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	
Publicitat i Relacions Públiques	
Comunicació Interactiva	X
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

Del 10 al 13 de juny de 2025	X
De l'1 al 2 de setembre de 2025	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Redisseny de l'aplicació mòbil d'un gimnàs local per millorar l'experiència d'usuari
Castellà:	Rediseño de la aplicación móvil de un gimnasio local para mejorar la experiencia de usuario
Anglès:	Redesign of a Local Gym Mobile App to Improve the User Experience

Autoria:		Paula Moreno Muñoz		
Professorat tutor:		Marcel Josephus Antonius Maas		
Curs:	2024/25	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	X
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	disseny d'interfícies, usabilitat, experiència d'usuari, aplicació mòbil, gimnàs
Castellà:	diseño de interfaces, usabilidad, experiencia de usuario, aplicación móvil, gimnasio
Anglès:	interface design, usability, user experience, mobile app, gym

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	Aquest treball consisteix en el redisseny de l'aplicació mòbil d'un gimnàs de Castellar del Vallès amb l'objectiu de millorar l'experiència d'usuari i potenciar la seva usabilitat. Per fer-ho, s'ha realitzat una anàlisi prèvia de l'estat actual del servei, s'han identificat punts de millora a través de tests d'usabilitat i s'ha proposat una nova interfície a través de Figma. El projecte també inclou una proposta de pla de negoci per implementar la solució.
Castellà:	Este trabajo consiste en el rediseño de la aplicación móvil de un gimnasio de Castellar del Vallès con el objetivo de mejorar la experiencia de usuario y potenciar su usabilidad. Para ello, se ha realizado un análisis previo del estado actual del servicio, se han identificado puntos de mejora mediante tests de usabilidad y se ha propuesto una nueva interfaz a través de Figma. El proyecto también incluye una propuesta de plan de negocio para implementar la solución.
Anglès:	This project consists of redesigning the mobile application of a gym in Castellar del Vallès in order to improve the user experience and enhance usability. A previous analysis of the current service has been carried out, usability tests were performed to identify areas of improvement, and a new interface was proposed using Figma. The project also includes a business plan proposal for the implementation of the solution.

agraïments

Gràcies al meu tutor, Marcel Mass, per acompanyar-me amb confiança, paciència i criteri durant tot el procés. El seu suport ha estat clau per donar forma i sentit a aquest projecte.

A la meva família, per ser-hi sempre. Pel seu amor incondicional, pels ànims en els moments difícils i per creure en mi quan més ho necessitava.

I a mi. Per demostrar-me un cop més que puc. Aquest projecte representa el tancament d'una etapa que mai oblidaré. Sé que la Paula de 10 anys estaria orgullosa de mi. I jo també ho estic.

índex

1. Introducció

1.1. Context del projecte **1**

1.2. Importància del disseny de l'aplicació **2**

1.3. Objectiu, abast i limitacions **2**

2. Resum executiu

2.1. Objectiu del projecte **3**

2.2. Metodologia aplicada **3**

2.3. Resultats esperats **4**

3. Marc Conceptual

3.1. Introducció al disseny centrat en l'usuari (UCD) **6**

3.2. Disseny UX/UI **8**

3.3. Accessibilitat **9**

3.4. Tendències en apps de gimnasios **10**

4. User Research

4.1. Metodologia aplicada **12**

4.2. Públic objectiu **13**

4.3. Personas **14**

4.4. Mapa d'empatia **15**

4.5. User Journey Map **17**

5. Pla de màrqueting

5.1. Anàlisi de mercat **19**

5.1.1. Racó Esports Sant Feliu **20**

5.1.2. Atlètic Terrassa **21**

5.1.3. Club Metropolitan **22**

5.1.4. Grup Arsenal **23**

5.2. Benchmarking **24**

5.3. Anàlisi DAFO **25**

5.4. Estratègia de màrqueting

5.4.1. Producte **27**

5.4.2. Preu **28**

5.4.3. Distribució **28**

6.4.2. Estratègia de comunicació **29**

6. Disseny i desenvolupament del producte

6.1. Eines i processos utilitzats **37**

6.2. Arquitectura de la informació **38**

6.3. Guia d'estil visual **40**

6.4. Wireframes **42**

6.5. Prototip **43**

7. Validació del disseny i usabilitat

7.1. Metodologia aplicada **50**

7.2. Quins resultats es van obtenir? **51**

8. Pressupost

8.1. Fase 1: Investigació i disseny **53**

8.2. Fase 2: Desenvolupament tècnic **54**

8.3. Fase 3: Distribució i màrqueting **55**

8.4. Fase 4: Manteniment i escalabilitat **56**

8.5. Fase 0: Ideació **57**

9. Conclusió i proposta de valor

9.1. Conclusió **59**

9.2. Proposta de valor **60**

10. Bibliografia **62**

11. Annexos **64**

introducció

1.1. Context del projecte

El gimnàs **Sige Sport Puigverd** o **Sige Sport Castellar** s'ha consolidat com un referent a la localitat, destacant com l'únic centre esportiu disponible per als habitants del poble. Tot i comptar amb una base de clients fidels i una oferta consolidada, les creixents expectatives dels consumidors cap a la digitalització dels serveis representen un repte important.

Ens trobem en un context on **les solucions digitals es consideren una norma**, els usuaris demanden eines que els permetin gestionar els seus serveis de manera més còmoda i autònoma. De fet, segons un article de *Puromarketing*, el 64% dels consumidors globals prefereixen empreses que combinen presència física amb plataformes digitals. Aquesta tendència també s'estén al sector esportiu, on les aplicacions han demostrat ser fonamentals per millorar l'experiència del client i fomentar la fidelització. Així ho diu l'article de la *Revista de Tecnología y Consumo* on destaquen que les aplicacions mòbils juguen un paper important per tal de facilitar la personalització dels serveis, augmentar la interacció amb els usuaris i millorar la fidelització de la marca.



Un disseny i desenvolupament adequat d'una aplicació mòbil pel Sige Sport Puigverd no només respondría a aquestes demandes, sinó que també mostra al gimnàs amb un aire més innovador. Aquesta eina permet oferir als seus clients una experiència més accessible, personalitzada i alineada amb les necessitats actuals del mercat digital

1.2. Importància del disseny de l'aplicació

Per oferir una experiència més significativa als usuaris del gimnàs, és essencial prioritzar un disseny enfocat en les necessitats de l'usuari (UX) i una interfície que sigui fàcil i intuïtiva d'utilitzar (UI). Una aplicació mòbil permetria accedir de manera senzilla a funcions com la **reserva de classes**, **la consulta d'horaris** o **informació sobre activitats**, fent que el **servei estigui a l'abast de tothom, independentment de l'edat o el nivell tecnològic.**

Aquesta proposta no només **optimitzaria l'experiència dels clients** més habituals, com en el meu cas, sinó que també faria **més accessible** el gimnàs per a usuaris més grans o menys habituats a utilitzar les eines digitals. Desenvolupar una aplicació fomentaria una experiència més **còmoda, autònoma, accessible i satisfactoria.**

1.3. Objectiu, abast i limitacions

L'objectiu principal d'aquest projecte és **redissenyar l'aplicació mòbil del centre** per tal que millori l'experiència del client del Sige i contribueixi a augmentar la seva fidelització. A través d'un procés basat en la recerca d'usuaris i el disseny iteratiu, es buscarà crear una **eina funcional i atractiva que respongui a les necessitats dels clients.**

L'abast del projecte inclou l'anàlisi inicial, la definició de funcionalitats clau i la creació d'un prototip funcional i el seu testeig. Tot i això, **el desenvolupament complet de l'aplicació no es portarà a la fi** en aquesta fase, tot i que es proporcionaran recomanacions detallades per a la seva implementació futura.

resum executiu

2.1. Objectiu del projecte



Aquest projecte té com a objectiu principal **redissenyar l'aplicació mòbil del gimnàs Sige Sport Puigverd**, amb la finalitat de millorar l'accessibilitat i l'experiència dels seus clients. Proporcionant una **interfície intuïtiva i accessible (WCAG)** que permeti una navegació fluida i una personalització adequada apropant la gestió del servei a públics de totes les edats i nivells tecnològics.

2.2. Metodologia aplicada

El desenvolupament d'aquest projecte segueix una metodologia basada en el **disseny centrat en l'usuari (UCD)** i estructurada en diverses fases que combinen recerca, anàlisi, disseny, validació i planificació.

En primer lloc, es realitza una **investigació** prèvia per comprendre les necessitats i expectatives dels usuaris. Això inclou una entrevista i enquesta als treballadors del gimnàs i als clients, anàlisi de perfils d'usuari mitjançant mapes d'empatia i persones, així com la creació d'un *Customer Journey Map* per identificar punts de fricció i àrees de millora en la interacció amb l'app/web actual. Posteriorment, s'elabora un **pla de màrqueting** que inclou una anàlisi DAFO, benchmarking amb aplicacions de referència i la segmentació del públic objectiu. Alineant així el redisseny amb les expectatives del mercat. A la fase de **disseny**, s'utilitzen eines com Figma per crear wireframes i prototips interactius, així com un moodboard i una guia d'estil per establir la identitat visual del producte. El disseny segueix un procés iteratiu que inclou la definició de l'arquitectura de la informació i la creació del prototip. La validació del disseny es realitza mitjançant un **test d'usabilitat**, basat en la metodologia **Nielsen**, i enquestes com SUS i NPS, que permeten mesurar la percepció d'usabilitat i satisfacció dels usuaris. Finalment, es defineix una **estratègia de comunicació** centrada en la captació i fidelització de clients, i s'elabora una **anàlisi financera** que avalua la relació cost-benefici del projecte.

2.3. Resultats esperats

Els resultats esperats d'aquest projecte inclouen una **millora de l'accessibilitat del gimnàs** i una **millor comunicació amb els clients**. La nova aplicació no només facilitarà la **gestió independent dels serveis** per part dels usuaris, sinó que també incrementarà la **fidelització** mitjançant una millor personalització de l'experiència. A més, la creació d'una **comunitat digital** més connectada ajudarà a millorar la comunicació entre els membres, contribuint a una **millor percepció del centre**. Aquesta eina digital també serà un incentiu per a l'atracció de nous usuaris, amb la qual cosa es preveu un augment de la satisfacció dels clients actuals i una possible **millora dels ingressos del gimnàs**.



marc conceptual

En aquest projecte es proposa el redisseny d'una aplicació mòbil per a un gimnàs local, amb l'objectiu de millorar-ne la usabilitat, l'accessibilitat i l'experiència d'usuari. Per això, és important **contextualitzar el projecte en l'àmbit del disseny digital i la seva aplicació en el sector del fitness.**

Primerament, cal entendre què és una **aplicació mòbil:** és un programa informàtic dissenyat específicament per ser utilitzat en dispositius mòbils com telèfons intel·ligents o tauletes. Aquestes aplicacions poden oferir una àmplia gamma de funcionalitats, adaptades a les necessitats dels usuaris i a les capacitats dels dispositius. Segons *TechTarget*, "una aplicació mòbil (o aplicació per a mòbils) és una aplicació de programari desenvolupada específicament per a ser utilitzada en dispositius informàtics petits i sense fils, com ara telèfons intel·ligents i tauletes, en lloc d'ordinadors d'escriptori o portàtils".



Seguidament, cal entendre també què és un **gimnàs** i quin rol té dins la comunitat. Segons el portal *Ciencias Deportivas* (2023), una sala *fitness*, habitualment coneguda com a gimnàs, és un espai habilitat amb màquines i equipaments específics que permeten treballar diferents qualitats físiques com la força, la resistència, la flexibilitat o la coordinació. Aquest tipus d'instal·lació ofereix un entorn segur, controlat i estructurat per tal que els usuaris puguin desenvolupar rutines d'entrenament adequades als seus objectius personals.

En aquest cas concret, el gimnàs objecte d'estudi és **l'únic del municipi** de Castellar del Vallès, fet que el converteix en un punt clau per a la salut i el benestar de molts veïns i veïnes. Aquesta situació fa encara més rellevant disposar d'una **aplicació eficient, accessible i útil per als seus usuaris habituals.**

3.1. Introducció al disseny centrat en l’usuari (UCD)

Segons **Norman (2013)**, el disseny centrat en l’usuari no només busca resoldre un problema, sinó també **anticipar les necessitats del client**, fent que la tecnologia sigui invisible i natural. Aquest enfocament requereix una fase inicial d’investigació per identificar els usuaris, establir els seus requeriments i definir les funcionalitats que realment afegeixen valor. **A través de proves iteratives, el disseny es va refinant i ajustant en funció dels comentaris dels usuaris (Norman, 2013)**.

L'objectiu principal del Disseny Centrat en l'Usuari (UCD) és **desenvolupar productes que responguin de manera efectiva a les necessitats, expectatives i limitacions reals dels usuaris**. En aquesta línia, Steve Krug, en el seu llibre *“No me hagas pensar”*, subratlla que la **usabilitat** ha de ser el principi fonamental en el disseny web i mòbil.

Segons **Krug**, un bon disseny ha de ser **obvi i autoexplicatiu**, de manera que l'usuari no hagi de dedicar esforços a entendre com funciona. Això implica estructurar la informació de manera clara, reduir la càrrega cognitiva i dissenyar interfícies intuïtives que permetin als usuaris assolir els seus objectius de forma ràpida i eficient. A més, destaca la **importància de realitzar testos amb usuaris reals** des de les primeres etapes del disseny per identificar problemes i millorar l'experiència d'ús. En definitiva, Krug posa en relleu que **la simplicitat, la jerarquia visual i la claredat** són elements essencials per garantir un disseny centrat en l’usuari i altament funcional.

Etapes del procés de Disseny Centrat en l'Usuari

El procés de UCD es divideix en diverses etapes iteratives clau per garantir un ajust a les necesistats dels usuaris:

1. **Investigació:** Recopilar informació sobre els usuaris, les seves necessitats i el context en què utilitzaran el producte.

2. **Definició:** Analitzar i sintetitzar la informació recopilada per identificar problemes i oportunitats de disseny.

3. **Disseny:** Crear solucions potencials mitjançant esbossos, maquetes i prototips.

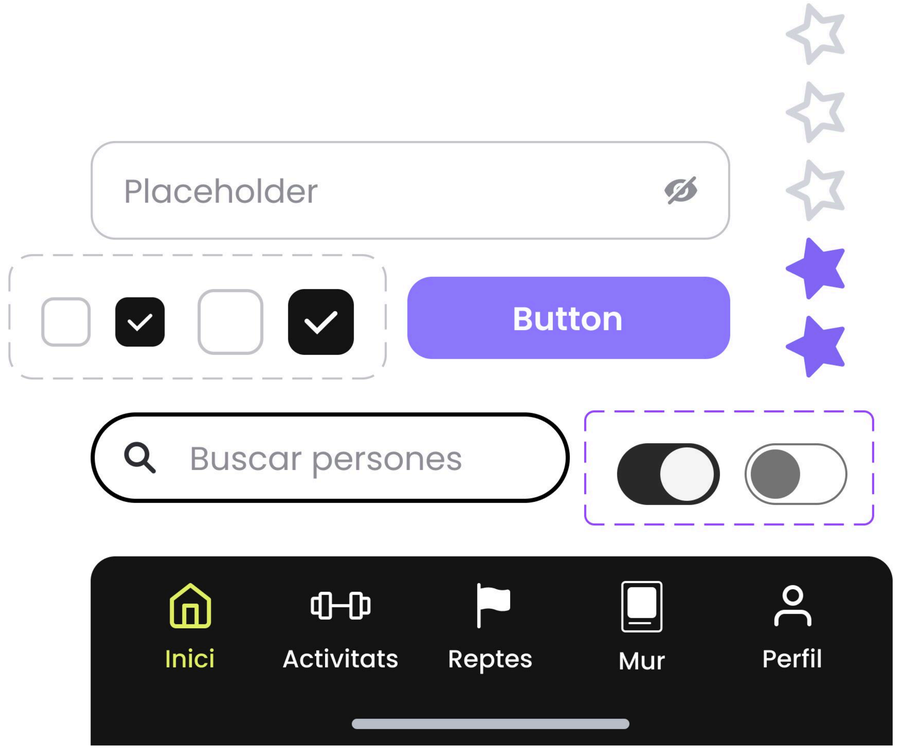
4. **Prova**: Avaluar els prototips amb usuaris reals per obtenir feedback i identificar àrees de millora.

5. **Implementació:** Desenvolupar i llançar el producte final, assegurant-se que compleixi amb els estàndards de qualitat i les expectatives dels usuaris.



Importància de l'UCD en el disseny modern

Com assenyala Krug (2015), un bon disseny **no ha de fer pensar a l'usuari, sinó facilitar la seva interacció amb el sistema de manera intuïtiva**. L'UCD es considera un estàndard essencial en àmbits com el desenvolupament de programari, el disseny web, la tecnologia mèdica i fins i tot l'arquitectura d'espais físics.



3.2. Disseny UX/UI

Disseny d'Experiència d'Usuari (UX) i **Disseny d'Interfície d'Usuari (UI)** són dues disciplines fonamentals dins del procés de Disseny Centrat en l'Usuari (UCD), que busca crear productes que no només siguin **funcionals**, sinó també **agradables** i **eficients** per a l'usuari.

Per una banda, l'experiència d'usuari (UX) fa referència a **l'experiència global de l'usuari amb el producte**, incloent la seva satisfacció, la usabilitat i interacció amb l'aplicació. D'altra banda l'interfície d'usuari es centra en la creació d'una interfície atractiva i funcional que permeti una interacció eficient entre l'usuari i el sistema.

El disseny UX/UI busca aconseguir una **interacció fluïda i una usabilitat excel·lent, millorant l'accessibilitat**. A més, un disseny adequat de la interfície ajuda els usuaris a sentir-se còmodes i segurs mentre utilitzen l'aplicació.

3.3. Accessibilitat

L'accessibilitat web és un concepte essencial en el disseny de webs i aplicacions digitals, ja que **busca garantir que totes les persones, independentment de les seves habilitats o discapacitats, puguin accedir i utilitzar la web de manera efectiva**. Això inclou persones amb discapacitats visuals, auditives, motores o cognitives, i requereix un enfocament inclusiu durant el procés de disseny i desenvolupament de la web.

Les **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)** són un conjunt de pautes desenvolupades pel W3C per fer que el contingut web sigui més accessible. L'última versió de la WCAG recull 13 pautes divides en 4 principis, conegudes com **POUR**:

- **Perceptible**: La informació i els components de la interfície d'usuari han de ser presentats de manera que els usuaris els puguin percebre. Això inclou text alternatiu per a imatges, subtítols per a vídeos i un contrast adequat entre el text i el fons.

- **Operable**: Els usuaris han de ser capaços d'interactuar amb la interfície sense dificultats. Això implica, per exemple, la possibilitat de navegar pel lloc web només amb el teclat, sense necessitat d'utilitzar un ratolí.

- **Comprensible**: El contingut ha de ser fàcil d'entendre. Això inclou evitar jerga i proporcionar instruccions clares per realitzar tasques al lloc web.

- **Robust**: El lloc web ha de ser compatible amb una àmplia gamma de dispositius i tecnologies assistives, com lectors de pantalla i dispositius d'entrada alternatius.

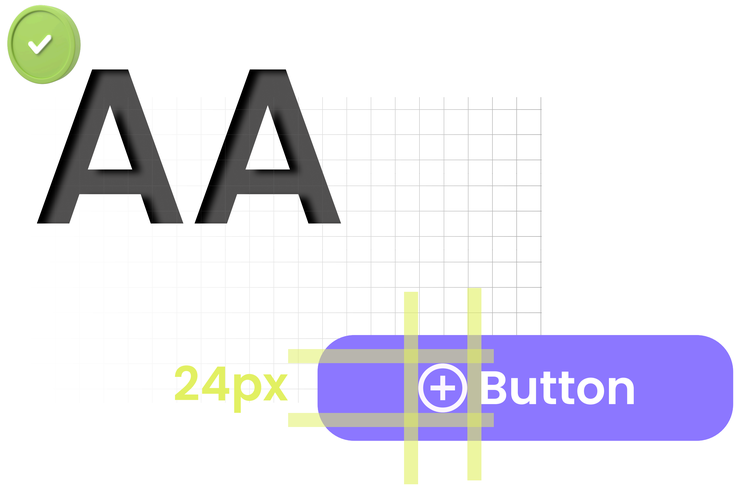
Les WCAG estan estructurades en tres nivells de conformitat:

- **Nivell A:** Recomanacions mínimes que cal complir per garantir l'accessibilitat bàsica.

- **Nivell AA:** Recomanacions intermèdies que busquen garantir una experiència accessible per a la majoria dels usuaris.

- **Nivell AAA:** Recomanacions avançades per fer que el contingut sigui accessible per a totes les persones, incloent aquelles amb discapacitats greus.

El nivell al qual s'aspira a complir en aquest projecte és el **nivell AA**, ja que abasta els requisits dels nivells A i AAA, i és el més adoptat per les organitzacions.



3.4. Tendències en aplicacions de gimnasos

Les aplicacions de gimnàs han evolucionat de manera significativa en els darrers anys. Ja no es limiten a registrar entrenaments, sinó que s'han convertit en **plataformes integrals que combinen la tecnologia amb un enfocament centrat en l'usuari**. Aquestes eines digitals busquen no sols millorar el rendiment físic, sinó també afavorir el **benestar mental**.

Un aspecte clau d'aquesta evolució és la personalització de l'entrenament. Amb la utilització de dispositius intel·ligents, com ara rellotges o polseres d'activitat, les aplicacions poden recollir **dades biomètriques** en temps real, com la freqüència cardíaca, el consum calòric o els nivells d'activitat. Aquesta informació permet dissenyar **programes d'exercici adaptats** als objectius i condicions particulars de cada usuari, cosa que contribueix a augmentar l'eficàcia de les sessions i a mantenir la motivació a llarg termini.

A més, **la integració de la realitat virtual (VR) i augmentada (AR)** aporta una dimensió innovadora a l'experiència d'entrenament. Aquestes tecnologies ofereixen entorns immersius i interactius que poden simular escenaris diversificats, afavorint la variació dels exercicis i trencant la rutina habitual. Així, els usuaris poden **experimentar entrenaments més dinàmics i entretinguts**, cosa que pot repercutir positivament en la seva adherència als programes d'exercici.



La **crisi sanitària** derivada de la **COVID-19** ha impulsat també la creació de **models híbrid**, que combinen l'accés presencial als gimnasos amb opcions d'entrenament virtual. Aquest sistema **flexibilitza l'experiència**, permetent als usuaris escollir si prefereixen realitzar exercici en un entorn físic o des de casa, segons les seves necessitats i disponibilitat. Aquesta modalitat **amplia l'accessibilitat** i respon a les exigències d'una població amb horaris cada cop més variats.

Un altre element rellevant és l'enfocament en la **salut mental i el benestar global.** Cada cop són més les aplicacions que inclouen programes i recursos destinats a reduir l'estrès, millorar la concentració o promoure tècniques de relaxació, com ara la meditació i la respiració guiada. Aquestes funcionalitats reconeixen que una bona **salut física està estretament vinculada a un equilibri emocional**, aportant un valor afegit a l'experiència d'usuari.

La **gamificació** és també una estratègia utilitzada per estimular la participació i la motivació. Mitjançant reptes, recompenses i classificacions, les aplicacions fomenten una **competència amistosa i un sentiment de comunitat**, fent que l'exercici esdevingui una activitat més interactiva i atractiva.



Finalment, la **sostenibilitat** emergeix com una tendència creixent. Diverses plataformes opten per promoure entrenaments que no requereixen un gran equipament ni instal·lacions especialitzades, **facilitant l'accés** a una major part de la població i minimitzant, a més, la **petjada ambiental.**

user research

4.1. Metodologia aplicada

Per tal de complementar la recollida de **dades quantitatives** i obtenir una visió més completa sobre les **necessitats reals dels usuaris** i la **gestió interna del gimnàs municipal**, s'ha utilitzat una metodologia basada en dues tècniques principals:

- Una **entrevista semiestructurada** amb la **responsable del gimnàs**, que ha permès entendre el funcionament intern del centre, les limitacions de l'aplicació actual (SIGE) i les necessitats del personal.

- Una **enquesta digital adreçada als usuaris del gimnàs**, amb preguntes tant tancades com obertes per conèixer els seus hàbits, opinions i suggeriments sobre l'ús de l'aplicació i l'experiència general amb el servei.

La informació obtinguda a través d'aquestes tècniques ha estat clau per detectar punts de dolor, oportunitats de millora i orientar el procés de redisseny de l'app.

*El detall de les preguntes, les respostes i les conclusions extretes es poden consultar als **Annexos 1 i 2**.*



4.2. Públic objectiu

L'aplicació del Gimnàs Municipal de Castellar del Vallès s'ha dissenyat per respondre a les necessitats d'un **públic ampli i divers**, que inclou diferents franges d'edat, nivells d'experiència esportiva i hàbits digitals. A diferència d'altres solucions més segmentades, aquesta app busca ser una **eina transversal** que serveixi tant als joves que comencen a entrenar com a persones adultes i sèniors que volen mantenir un estil de vida actiu.

Per tal d'atendre aquesta **pluralitat d'usuaris**, la interfície ha de ser **intuïtiva, accessible i funcionalment adaptable**. Així, l'aplicació està pensada per ser fàcil d'utilitzar tant per a usuaris nadius digitals com per a aquells menys habituats a la tecnologia, prioritzant la claredat en la navegació, la simplicitat en la reserva d'activitats i l'eficiència en la comunicació d'avisos importants.

Tot i que la base d'usuaris comprèn homes i dones d'entre 16 i 70 anys, en el procés de recerca s'han identificat **dos segments clau** que concentren la major part de l'activitat i interès per millorar la seva experiència digital dins el gimnàs. Aquests segments s'han concretat en **dos buyer persona representatius**, que acompanyen la comprensió més profunda dels usuaris a través de l'ús del **mapa d'empatia** i el ***user journey map***.

Personas



Laia, 20
Estudiant de Ciències de la Salut

Jove activa i compromesa amb el seu benestar físic. Té una rutina dinàmica entre la universitat i els entrenaments, i busca eines digitals modernes que s'adaptin al seu ritme.

Motivacions

Vol mantenir-se saludable, seguir reptes i sentir-se part d'una comunitat activa. L'autoestima i la sensació de progrés són clau per a ella.

Frustracions

Una aplicació lenta o amb poques notificacions útils li fa perdre interès ràpidament. Necessita una experiència fluida i moderna, com la d'altres apps que ja utilitza.



Toni, 50
Tècnic d'una empresa local

Home madur que valora la constància i la practicitat. Té hàbits consolidats i busca mantenir-se actiu per salut i benestar personal. No busca innovar, sinó mantenir la seva rutina.

Motivacions

Busca cuidar-se per sentir-se bé físicament i mentalment. Valora que l'app li posi fàcil reservar i seguir amb els hàbits que ja té establerts.

Frustracions

Les interfícies amb massa opcions o elements visuals l'ofeguen. Necessita claredat, rutes curtes i un ús intuïtiu que no li faci perdre temps. Fa servir un mòbil Android de manera funcional.

mapa d’empatia

És una eina que ens ajuda a comprendre profundament l’usuari posant-nos en el seu lloc. Permet visualitzar què pensa, sent, diu i fa, per detectar les seves necessitats i frustracions i oferir una experiència més rellevant i personalitzada.

mapa d'empatia

Què pensa i sent?

Li preocupa no trobar plaça a les classes

Vol aprofitar al màxim la seva quota de soci

Vol una experiència ràpida i sense complicacions

Què veu?

Cartells al gimnàs anunciant l'app

Altres socis utilizant l'app per reservar

Emails o missatges del gimnàs amb novetats

Xarxes socials del gimnàs amb informació dispersa



Què escolta?

Opinió del personal del giimnàs sobre com fer reserves

Recomanacions d'altres scois sobre l'us de l'app

Potser sent queixes sobre errors o problemes tècnics

Què diu i fa?

Comenta si l'app és útil o no en grups de Whatsapp

Si l'app funciona bé, la reocmana a altres socis

Si no li agrada, torna a fer reserves presencialment

Quins són els seus mals de cap?

Dificultat per reservar classes o accedir als horaris

Incomoditat amb tecnologies per falta de digitalització.

Pèrdua de motivació per falta de seguiment personalitzat.

Què necessita realment?

Una app fàcil, ràpida i intuïtiva

Un sistema de notificacions clares i útils

Un interfície moderna, atractiva i accessible

user jouney map

És una eina que descriu pas a pas l'experiència d'una persona usuària mentre utilitza una aplicació o servei. Reflecteix les seves accions, emocions, punts de dolor i necessitats en cada etapa del recorregut. Aquesta visió global ajuda a identificar millores clau per oferir una experiència més fluida, útil i adaptada a les seves expectatives.

user journey map

Fase	Emoció Usuari	Touchpoints (Interacció amb la marca)	Pain Pionts (Problemes)	Oportunitats de Millora
Consciència (Descobreix l'app)	Curiositat i Interès 🤔	Xarxes socials, web, boca-orella, correus del gimnàs	Presència digital baixa, pocs incentius per descarregar l'app	Estratègia digital més forta, promocions exclusvives pels usuaris de l'app
Consideració (Decideix si descarregar l'app)	Expectatives i Dubtes 🤔	Google Play / App Store, ressenyes, recomanacions d'altres usuaris	Ressenyes escasses, falta d'informació atractiva	Millora la fitxa de descàrrega amb captures atractives i testimonis
Descàrrega i Registre (Primera interacció amb l'app)	Emoció, lleu frustació si hi ha dificultats 🙂	Interfícies, procès de registre, onboarding	UX poc optimitzat, procès de registre massa llarg	Onboarding intuïtiu, registre simplificat.
Exploració (Primera navegació per l'app)	Expectativa i Entusiasme 🤩	Navegació per les seccions, descobriments de funcionalitats	Jerarquia de la infromació poc clara, interfície poc accessible	Millora el UX/UI amb jerarquia visual i navegació fluïda
Ús regular (Utiliza l'app per gestionar activitats)	Confiança, comoditat 😌	Reserves activitats, consulta d'horaris, notificacions	Poca personalització dels procesos manuals	Afegir recordatoris, presonalització d'entenaments, integració amb wearables
Problemes i Suport (Té dubtes o dificultats)	Frustació i possible abandó 😣	FAQ, servei d'atenció al client, xarxes socials	Suport limitat, respostes lentes	Millorar l'atenció al client dins l'app, chatbot amb IA
Fidelització i Recompenses (Decideix si seguir utilizant-la o no)	Satisfacció, motivació ☺️	Beneficis per ús continuitat, recompenses, feedback	Sense incentius per l'ús prolongat	Gamificació, descomptes, sistema de recompenses

pla de màrqueting

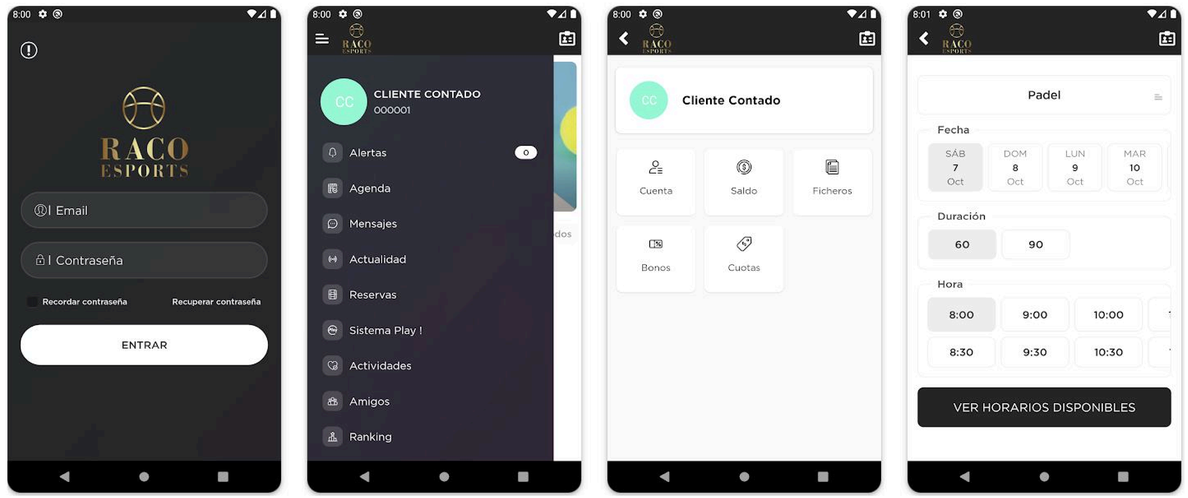
5.1. Anàlisi del mercat

El gimnàs Sige Sport Puigverd o Sige Sport Castellar és l'únic centre esportiu del poble, pel que no afronta competència directa a nivell local. Per aquest motiu, he seleccionat dos competidors indirectes que operen en àrees properes i que poden influir en les preferències dels clients, així com dos referents en el sector que destaquen pel seu disseny i funcionalitat en les plataformes digitals.



5.1.1 Racó Esports Sant Feliu

Racó Esports Sant Feliu és un centre esportiu ubicat a Sant Feliu del Racó, especialitzat en la reserva de pistes de pàdel tot i comptar amb altres serveis esportius com una petita sala fitness, classes dirigides i una piscina exterior.



funcionalitats

La plataforma web permet als usuaris realitzar reserves de pistes de pàdel, però no ofereix una àmplia gamma de funcionalitats addicionals ni opcions de personalització, limitant-se principalment a la gestió bàsica de reserves. Així mateix, l'aplicació permet realitzar, també la reserva les pistes de pàdel de manera més optimitzada que la web.

aspectes positius

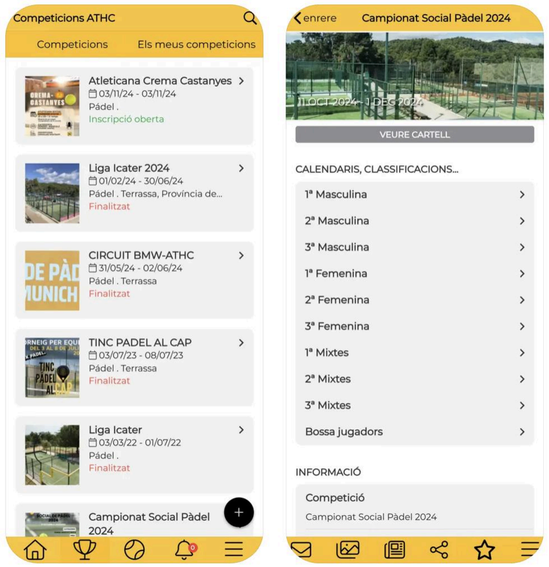
- Menú inicial intuïtiu a la versió web.
- Aplicació neta i funcional per gestionar reserves.

aspectes negatius

- Disseny web sobrecarregat, amb tipografies inconsistents i imatges desproporcionades.
- Navegació complicada per l'excessiu ús de scroll.
- Informació clau (com horaris i preus) present en banners poc estructurats.
- Funcionalitat de l'app limitada a la reserva de pistes de pàdel.
- Alguns elements d'accessibilitat deficient (poc contrast i botons petits).
- Absència d'opcions de personalització i activació/ desactivació d'alertes.
- Presència irregular en xarxes socials amb contingut poc atractiu.

5.1.2 Atlètic Terrassa

Atlètic Terrassa és un club esportiu situat a la ciutat de Terrassa, que ofereix una àmplia varietat d'activitats esportives, des de competicions fins a activitats dirigides i serveis de benestar.





funcionalitats

La seva web i aplicació permeten als usuaris consultar horaris, gestionar reserves i accedir a informació detallada sobre les activitats disponibles. La plataforma proporciona eines per a la gestió de reserves i accés a informació sobre horaris i activitats, però les funcionalitats addicionals són limitades.

aspectes positius

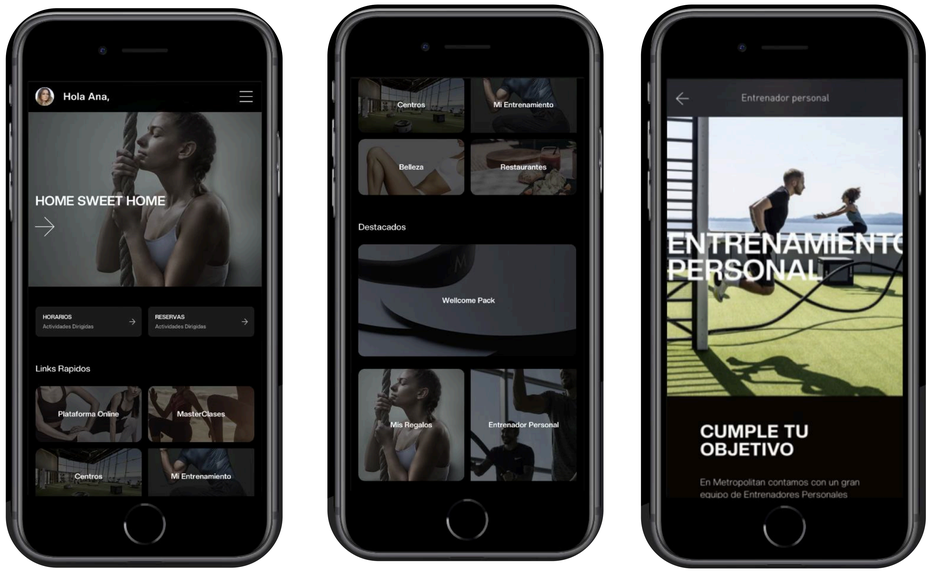
- Menús clars i organitzats.
- Bona presència en xarxes socials, amb una activitat notable a Instagram i Facebook.
- Permet la personalització bàsica de preferències.

aspectes negatius

- Exces d'informació per pantalla, que pot resultar aclaparador.
- Algunes seccions requereixen massa clics per accedir a la informació.
- Dades clau (horaris i reserves) ocultes dins de seccions llargues.
- Accessibilitat optimitzada de manera limitada per a usuaris amb mobilitat reduïda.

5.1.3 Club Metropolitan

Club Metropolitan és una cadena de gimnasos de luxe amb presència a diverses ciutats, incloent Barcelona.



funcionalitats

La seva plataforma digital, tant web com app, ofereix una experiència d'usuari premium, amb la possibilitat de fer reserves per classes i serveis, així com accedir a continguts exclusius per als membres. La seva aplicació permet als usuaris personalitzar els seus entrenaments, seguir el progrés i interactuar amb altres membres. L'experiència digital es distingeix per una navegació fluida i ben dissenyada.

aspectes positius

- Estètica moderna i estil premium, amb un ús coherent de colors i tipografies.
- Navegació fluida amb efectes de transició atractius.
- Informació fàcilment accessible des de la pàgina principal.
- Personalització avançada amb perfils, recomanacions i notificacions intel·ligents.
- Màrqueting digital potent, amb contingut actualitzat i de qualitat a xarxes socials.

aspectes negatius

- No és apta per a usuaris que busquin opcions més econòmiques.
- Pot resultar massa exclusiva per a certs perfils d'usuari.

5.1.4 Grup Arsenal

El Grup Arsenal és una cadena de clubs esportius de luxe amb presència a Barcelona i Madrid. Ofereixen instal·lacions d'alta qualitat i serveis exclusius per als seus socis. Els seus centres estan dissenyats per proporcionar una experiència premium en esport, benestar i oci.



funcionalitats

La web està dissenyada per oferir accés directe a horaris i tarifes, mentre que l'aplicació incorpora funcionalitats avançades com programes personalitzats, monitoratge de la salut i una adaptació dinàmica als hàbits de l'usuari, gràcies a l'ús d'intel·ligència artificial.

aspectes positius

- Disseny elegant i sofisticat, amb una experiència visual de luxe.
- Navegació optimitzada amb animacions i efectes de transició sofisticats.
- Informació clau presentada de manera clara i estructurada.
- Funcionalitats avançades que permeten una experiència hiperpersonalitzada.
- Presència destacada en xarxes socials amb una estratègia de contingut premium.

aspectes negatius

- Alguns elements poden resultar massa detallats o complexes per a usuaris que busquin una experiència més senzilla.

Resum del benchmarking

Amb l'objectiu d'obtenir una visió clara i comparativa entre aplicacions similars del sector, s'ha elaborat un quadre de resum amb els punts més rellevants analitzats durant el procés de benchmarking. Aquesta taula permet identificar bones pràctiques, oportunitats de millora i diferenciar estratègicament la proposta del Gimnàs Municipal de Castellar del Vallès respecte altres solucions digitals.

	Competidors Indirectes		Competidors Inspiracionals	
Aspecte	Racó Esports Sant Feliu	Atlètic Terrassa	Club Metropolitan	Grup Arsenal
Plataforma	Web i app	Web i app	Web i app	Web i app
Disseny Visual	Web sobrecarregada, tipografies inconsistents, imatges desproporcionades. App neta i funcional.	Disseny clàssic i sobri, però amb poc ús de colors i icones modernes.	Estètica moderna, estil premium, ús coherent de colors i tipografies.	Disseny elegant i sofisticat, experiència visual de luxe.
Facilitat de Navegació	Menú inicial intuïtiu, però la navegació es complica fent scroll.	Menús clars, però massa informació per pantalla.	Navegació fluida i jerarquia clara d'informació.	Experiència d'usuari optimitzada, botons grans i accessibles.
Fluïdesa de Navegació	Transicions suaus, però mala distribució d'espais a la web.	Correcta, però algunes seccions requereixen massa clics.	Molt fluida, efectes de transició atractius.	Animacions i efectes de navegació sofisticats.

	Competidors Indirectes		Competidors Inspiracionals	
Aspecte	Racó Esports Sant Feliu	Atlètic Terrassa	Club Metropolitan	Grup Arsenal
Accés a Informació Clau	Horaris i preus mitjançant banners poc estructurats.	Disposa d'horaris i reserves, però algunes dades estan ocultes dins de seccions llargues.	Informació fàcilment accessible des de la pàgina principal.	Pàgines ben estructurades, accés directe a horaris i tarifes.
Funcionalitat de l'App	Només permet reserves de pistes de pàdel.	Reserves de classes i pistes esportives.	Reserves, seguiment d'entrenaments i classes en directe.	Funcionalitats avançades, com programes personalitzats i monitoratge de salut.
Accessibilitat	Alguns elements no tenen prou contrast i els botons són petits.	Correcte, però poc optimitzat per mobilitat reduïda.	Compliment elevat d'accessibilitat digital.	Alt nivell d'accessibilitat i adaptabilitat per a tothom.
Personalització	Sense opcions de personalització, només activació/ desactivació d'alertes.	Permet la personalització bàsica de preferències.	Perfils personalitzats amb recomanacions i notificacions intel·ligents.	Experiència hiperpersonalitzada amb IA i adaptació als hàbits de l'usuari.
Presència Xarxes Socials	Activitat irregular i contingut poc atractiu	Bona presència a Instagram i Facebook	Màrqueting digital potent, xarxes actualitzades i amb vídeos professionals	Presència destacada en xarxes amb estratègia de contingut premium

Anàlisi DAFO

Per tal d'identificar els principals factors interns i externs que poden influir en l'èxit de l'aplicació, s'ha realitzat una anàlisi DAFO. La seva integració en aquest informe busca aportar una visió realista i fonamentada de la viabilitat i del potencial de creixement del producte digital del Gimnàs Municipal de Castellar del Vallès.

D

Factors interns negatius

1. **Disseny visual i UX millorable:** Falta coherència visual, accessibilitat i jerarquia.
2. **Poca personalització:** No s'adapta a l'usuari (notificacions, entrenaments...).
3. **Baixa presència digital:** Sense estratègia ni comunitat a xarxes.
4. **Funcionalitats limitades:** Sense gamificació, estadístiques ni integració amb wearables.

A

Factors externs negatius

1. **Sense competència local:** És l'únic gimnàs del poble.
2. **Comunitat fidelitzada:** Usuaris habituals amb potencial de creixement digital.
3. **Possibilitat de millora ràpida:** Pot adaptar-se més ràpid que els grans competidors.
4. **Infraestructura digital ja existent:** Web i App pròpies que es poden optimitzar sense partir de zero.

F

Factors interns positius

1. **Competència més digital:** Apps com les de Metropolitan o Arsenal són més completes.
2. **Usuaris més exigents:** Esperen funcionalitats avançades i personalització.
3. **Canvis en hàbits de consum:** Creixement dels entrenaments online i gimnasos boutique.
4. **Baixa visibilitat digital:** Difícil captar nous clients sense xarxes actives.

O

Factors interns positius

1. **Més presència a xarxes:** Potenciar Instagram, TikTok i Facebook.
2. **Noves tecnologies**: Notificacions intel·ligents i plans personalitzats.
3. **Tendència de digitalització:** Els usuaris gestionen més l'entrenament per app..
4. **Col·laboracions i sinergies:** **A**ssociar-se amb entrenadors, fisioterapeutes o marques esportives.
5. **Gamificació i recompenses:** Incentivar l'ús de l'app i augmentar la fidelització.

5.2 estratègia de màrqueting

producte

L'aplicació del gimnàs municipal de Castellar del Vallès neix amb la voluntat d'**adaptar el centre esportiu a les noves necessitats de la seva comunitat**. En un context en què les persones estan cada cop més acostumades a gestionar la seva vida des del **mòbil** (ja sigui per comprar, demanar hora al metge o fer gestions bancàries), sembla evident que els **serveis esportius** també han de fer aquest pas cap a la **digitalització**.

Aquesta aplicació busca **millorar el dia a dia dels usuaris**, facilitant-los accions tan habituals com reservar una classe, consultar els horaris o rebre notificacions de canvis d'última hora. Però més enllà d'aquesta funcionalitat pràctica, l'app ofereix una experiència més completa i propera. Entre les funcionalitats més destacades, hi trobem:

- **Reserva** d'activitats dirigides.
- **Notificacions personalitzades** que informen sobre canvis d'horari, nous reptes, o recordatoris de classes.
- **Reptes gamificats** per fomentar la constància i crear sentiment de comunitat.
- **Mur social**, on els usuaris poden compartir fites, fotos i missatges.
- Perfil d'usuari amb **funcionalitats bàsiques** i seguiment d'activitats realitzades.

El desenvolupament de l'eina s'ha pensat amb un enfocament molt clar cap a la **usabilitat**. La interfície és **senzilla, intuïtiva, amb icones reconeixibles i textos curt**s que faciliten la navegació a tot tipus d'usuari, també als que no tenen una gran experiència amb aplicacions. Això és clau en un gimnàs municipal, on conviuen usuaris joves i molt digitals amb d'altres més grans que poden tenir més reticències o inseguretats a l'hora d'utilitzar tecnologia.

Per altra banda, l'app no només resol una necessitat existent sinó que també en crea de noves. Fins ara, molts usuaris potser no sabien quines activitats s'hi feien, o no estaven tan connectats amb el dia a dia del gimnàs. Amb aquesta eina, s'obre un **canal directe i constant entre l'usuari i el centre**, que permet millorar la comunicació, augmentar la participació i fer créixer el vincle emocional amb el gimnàs.

preu



L'aplicació serà **gratuïta** per a tots els **socis del gimnàs**, inclosa dins de la quota mensual o anual ja existent. Aquesta decisió es basa en una **estratègia de valor afegit**, on la digitalització dels serveis **millora l'experiència de l'usuari sense augmentar el cost percebut.**

Tot i això, l'ús de l'app pot **reduir costos operatius** (menys trucades per reservar, menys gestió manual de llistes) i pot servir a llarg termini com a canal per a: comunicació de promocions internes, recollida de feedback per millorar serveis, etcétera.

Per tant, encara que l'app no genera ingressos directes, **contribueix indirectament a la retenció de clients i a l'optimització del funcionament del centre**.

distribució

L'aplicació estarà disponible per a **dispositius Android i iOS**, a través de les plataformes habituals:



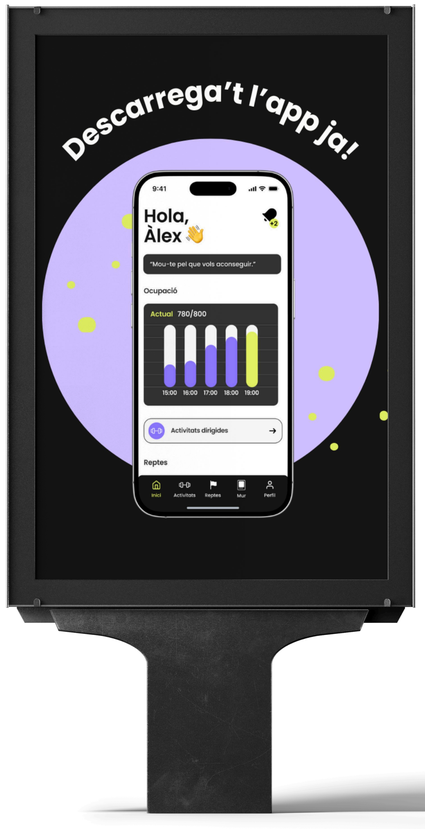


- **Google Play Store**
- **Apple App Store**

Un cop descarregada, els usuaris podran iniciar sessió amb un **codi proporcionat a la recepció** o amb el seu **correu associat al gimnàs**. L'app també es podrà actualitzar de manera automàtica per garantir millores constants i noves funcionalitats.

Per afavorir la distribució, es col·locaran **codis QR físics al gimnàs** (recepció, vestidors, sales d'activitats) i s'inclourà l'enllaç de descàrrega a tots els canals digitals del centre (web, xarxes socials i correus electrònics).

estratègia de comunicació



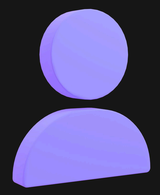
Objectiu?

L'estratègia de màrqueting té com a objectiu principal **fomentar la descàrrega, ús i fidelització dels usuaris a l'aplicació mòbil del gimnàs**. Es busca augmentar la participació digital i presencial dels membres, millorant la comunicació, la gestió d'activitats i la connexió amb la comunitat.

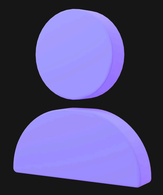
Aquest objectiu es desenvoluparà mitjançant **accions econòmiques però d'alt impacte**, tenint en compte que es tracta d'un projecte de caràcter municipal, amb recursos limitats però una base d'usuaris ja consolidada.

Públic objectiu

La campanya se centra en dos segments clau:



Joves adults (16–30 anys): digitals, socials i amb interès per noves tecnologies.



Adults madurs (30–60 anys): fidels al gimnàs, orientats a la salut i la comoditat.

Accions de màrqueting

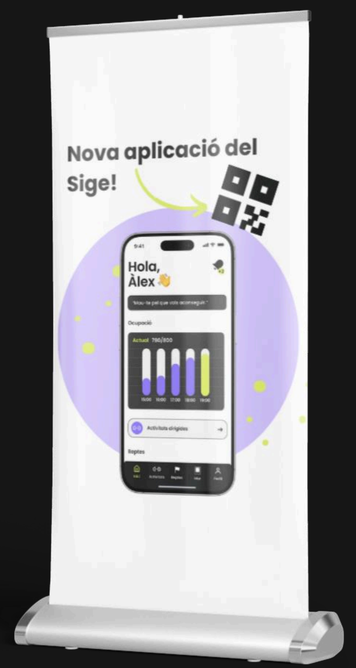
01

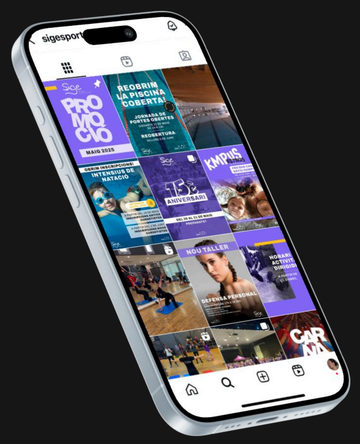
Llançament presencial i digital

Acció: Organització d'una Setmana de l'App al gimnàs.
Accions incloses:

- Roll-ups i pòsters informatius dins del gimnàs.
- QRs visibles a la recepció, als vestidors i a les sales.
- Personal de recepció ajudant a descarregar l'app.

Cost estimat: 50–100€ (impresions i material bàsic).
Objectiu: Primers 100 usuaris actius.





02

Promoció creuada a xarxes socials

Acció: Utilitzar les xarxes del gimnàs (Instagram i Facebook) per anunciar funcionalitats i fer tutorials en vídeo.
Contingut:

- "Com reservar una classe amb l'app"
- "Com apuntar-te a un repte"
- "Comparteix al mur del gimnàs"

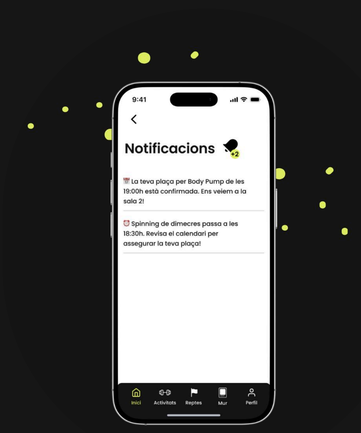
Cost: 0€ (amb contingut fet internament).
Objectiu: Fer créixer l'ús setmanal.

03

Notificacions in-app amb valor afegit

Acció: Programar notificacions útils i motivadores: canvis d'horari, reptes, frases de motivació setmanals.

Objectiu: Millorar la retenció d'ús i la sensació d'acompanyament.



04

Participació gamificada

Acció: Reptes digitals amb medalles virtuals (setmana més activa, constància, etc.)

Cost: 0€ (element integrat a l'app).

Objectiu: Generar hàbit i sentiment de comunitat.

05

Màrqueting de continguts (mur digital)

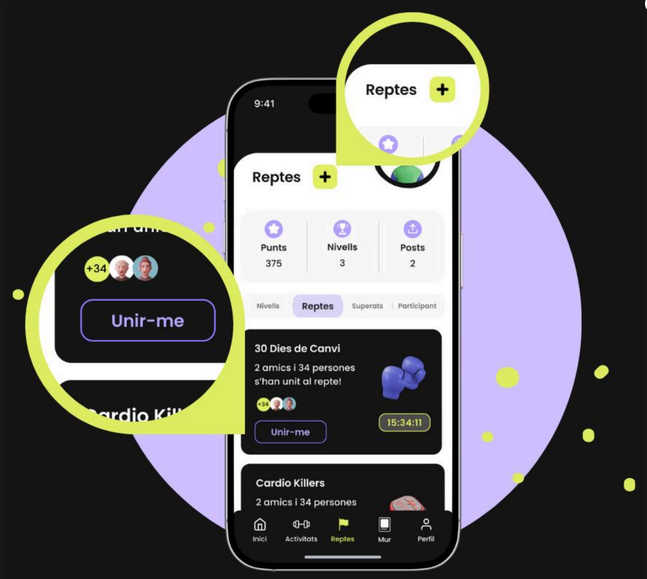
Acció: Incentivar que usuaris comparteixin fotos i missatges al mur.

Acció extra: Crear concursos mensuals: "Millor selfie post-entrenament".

Premi simbòlic: Ampolla reutilitzable amb logo del gimnàs.

Cost estimat: 20€/mes.

Objectiu: Potenciar l'ús social i emocional de l'app.



Seguiment i mètriques

Per tal de valorar l'eficàcia de l'estratègia, es mesuraran les següents mètriques:



Indicador	Objectiu inicial
Descàrregues de l'app	+300 el primer trimestre
Percentatge de reserva via app	60% en 2 mesos
Usuaris actius setmanals	150 en 2 mesos
Participació al mur / reptes	+50 posts mensuals
Valoració mitjana (App Store/Google)	+4 estrelles

Calendari d’implementació

A continuació es presenta una **proposta senzilla però estructurada** de calendari d’implementació per a la futura estratègia de comunicació de l’aplicació. Tot i que aquest projecte no desenvolupa una campanya completa, aquest esquema busca oferir una **visió inicial i realista dels primers passos** a seguir per donar a conèixer l’app i fomentar-ne l’adopció. És una proposta flexible, pensada per adaptar-se a les necessitats reals del gimnàs i facilitar una **posada en marxa progressiva i eficient.**



Setmana	Acció
1	Llançament presencial, comunicació a xarxes
2	Inici campanya de referència
3-4	Promoció de reptes i participació al mur
5-6	Notificacions segmentades, seguiment de mètriques
7	Concurs fotogràfic mensual i publicació de guanyadors
8	Revisió de resultats i adaptació de missatges i accions


9:41
Hola,
Àlex
+2
"Mou-te pel que vols aconseguir."
Ocupació
Actual 780/800
15:00
16:00
17:00
18:00
19:00
Activitats dirigides
Reptes
Inici
Activitats
Reptes
Mur
Perfil

Disseny i desenvolupament del producte

6.1. Eines i processos utilitzats

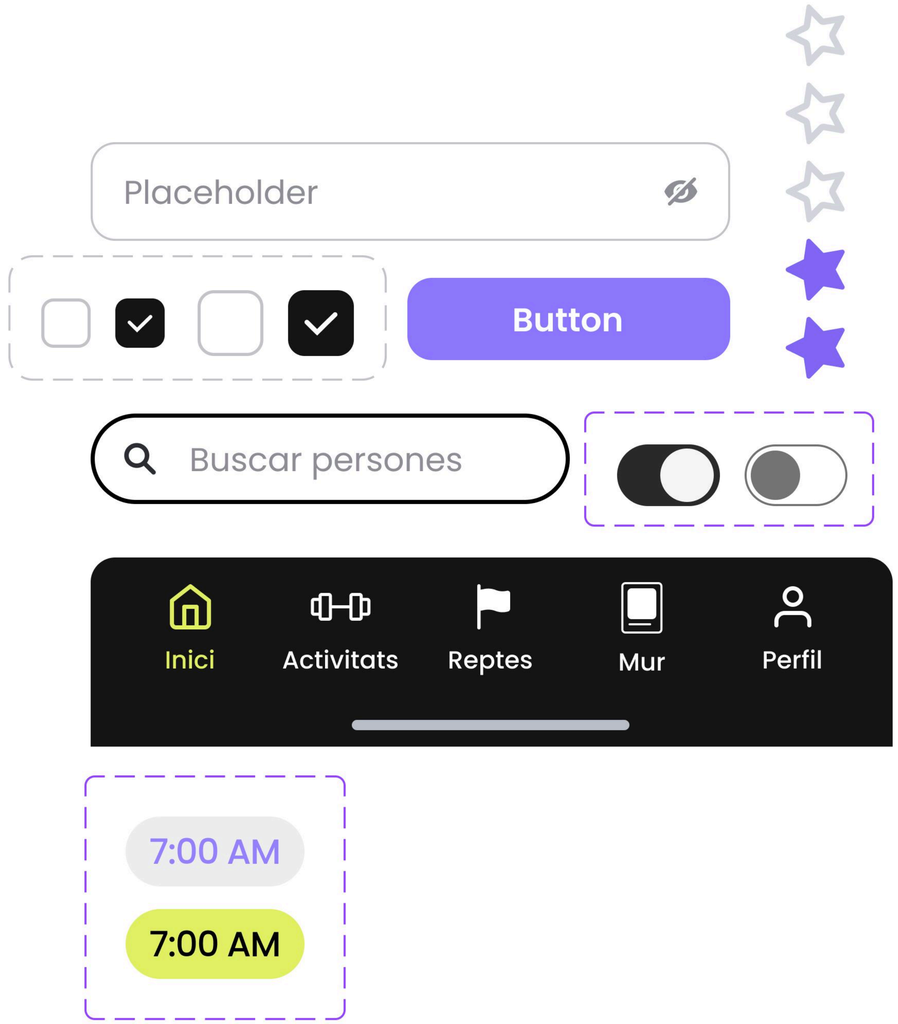
Per al desenvolupament del projecte s'ha utilitzat l'eina de disseny col·laboratiu **Figma**, que ha permès estructurar tot el procés de creació de la interfície, des dels primers esbossos fins al prototip final. **S'hi han implementat diversos plugins** per a la integració d'icones i imatges lliures de drets d'autor, mantenint la coherència estètica i millorant l'agilitat del procés.

També s'ha utilitzat **Google Forms** per dur a terme una enquesta amb usuaris potencials, recollint dades, sobretot, qualitatives que han servit com a base per **obtenir insights i identificar necessitats reals.**

A partir d'aquest *user research*, es va iniciar una fase de conceptualització amb ***wireframes*** de baixa fidelitat, que van servir per definir l'estructura bàsica de la futura aplicació. A continuació, es va elaborar una **arquitectura de la informació** clara i jeràrquica, que va donar pas al disseny de **pantalles d'alta fidelitat** i, finalment, a la creació del **prototip interactiu.**

Pel que fa a **l'organització visual**, s'ha desenvolupat un **petit sistema de disseny propi** per assegurar la consistència gràfica i facilitar l'escalabilitat de la solució.

A més, el projecte ha tingut en compte les **Pautes d'Accessibilitat al Contingut Web (WCAG)**, aplicant criteris com el contrast mínim, la llegibilitat del text, la navegació per teclat o l'ús responsable del color, amb l'objectiu de garantir una experiència inclusiva i accessible per a tothom.





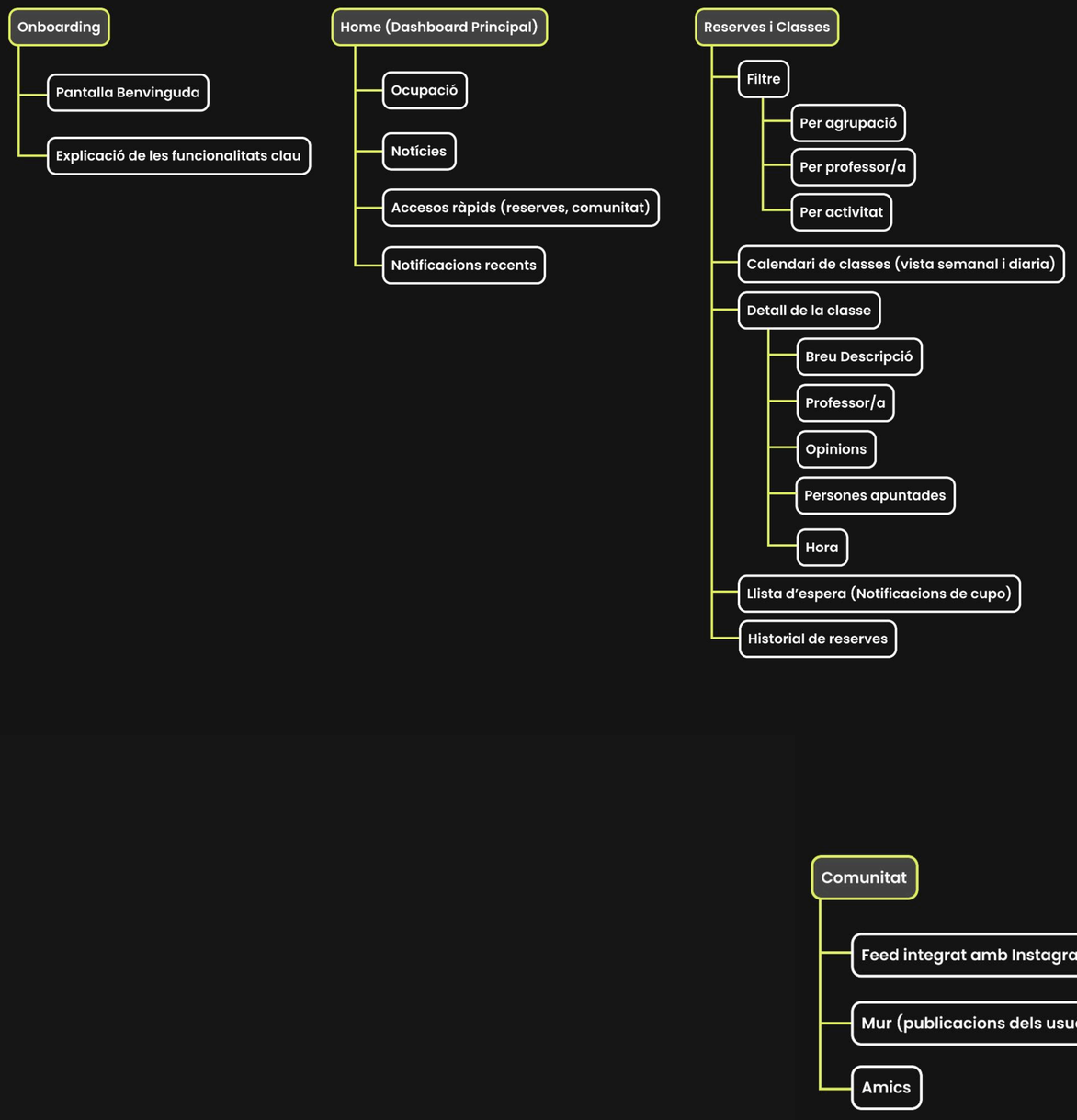
6.2. Arquitectura de la informació

L'arquitectura de la informació s'ha dissenyat amb l'objectiu de garantir una **navegació intuïtiva**, reduint la càrrega cognitiva i facilitant l'accés ràpid a les funcionalitats principals de l'aplicació.

A partir dels **insights recollits durant la fase d'investigació**, es va establir una **jerarquia clara de continguts i funcionalitats**, pensada per respondre a les necessitats dels dos perfils d'usuari principals. Aquesta estructura s'ha materialitzat en un **mapa de navegació que estableix la relació entre pantalles**, seccions i accions dins de l'app.

S'han prioritzat els **fluxos simples i directes**, assegurant que les accions més habituals es puguin realitzar amb el mínim de passos possibles. A més, s'ha buscat reduir la profunditat de navegació per evitar que l'usuari es perdi dins del sistema.

Arquitectura de la informació



6.3. Guia d’estil visual

Per garantir una **identitat visual coherent i atractiva**, s’ha definit una guia d’estil que acompanya l’experiència d’usuari de l’aplicació.

Aa

Poppins

A B C D E F G H I J K L M N
Ñ O P Q R S S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ
o p q r s s t u v w x y z

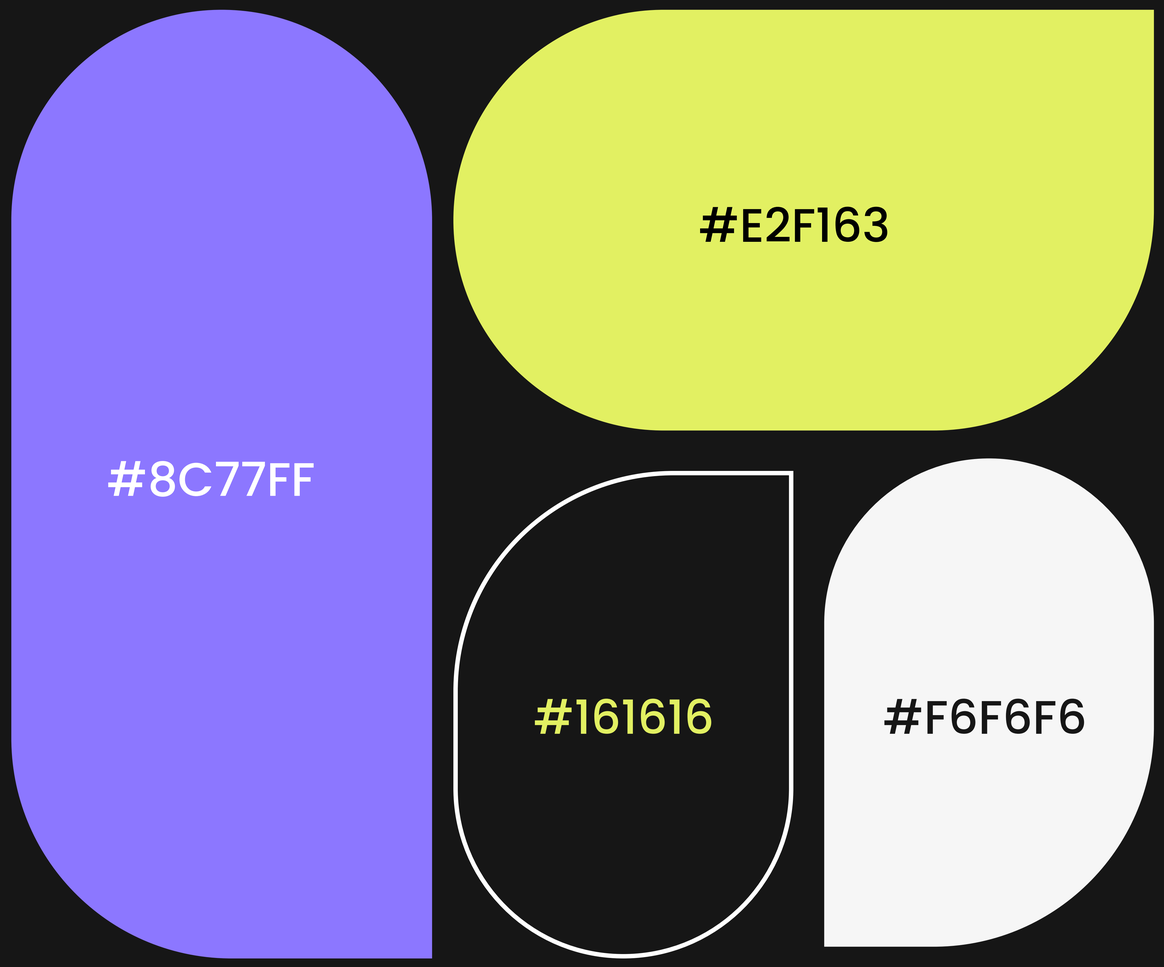
Tipografia

La tipografia escollida és ***Poppins***, en diferents pesos (**Regular, Medium i Semibold**), que aporta **modernitat i llegibilitat** en totes les pantalles i textos, tant en títols com en continguts. Aquest canvi facilita una jerarquia clara i un estil actual que **connecta amb un públic jove i divers.**

regular medium **semibold**

Paleta de colors

Pel que fa a la **paleta de colors**, s'ha **simplificat i actualitzat** per aconseguir un look més **net i contemporani**. Tot i això, s'ha **mantingut el color principal del gimnàs**, com a element d'identitat i reconeixement, combinat amb tons neutres i colors d'accent que milloren la usabilitat i la jerarquia visual.

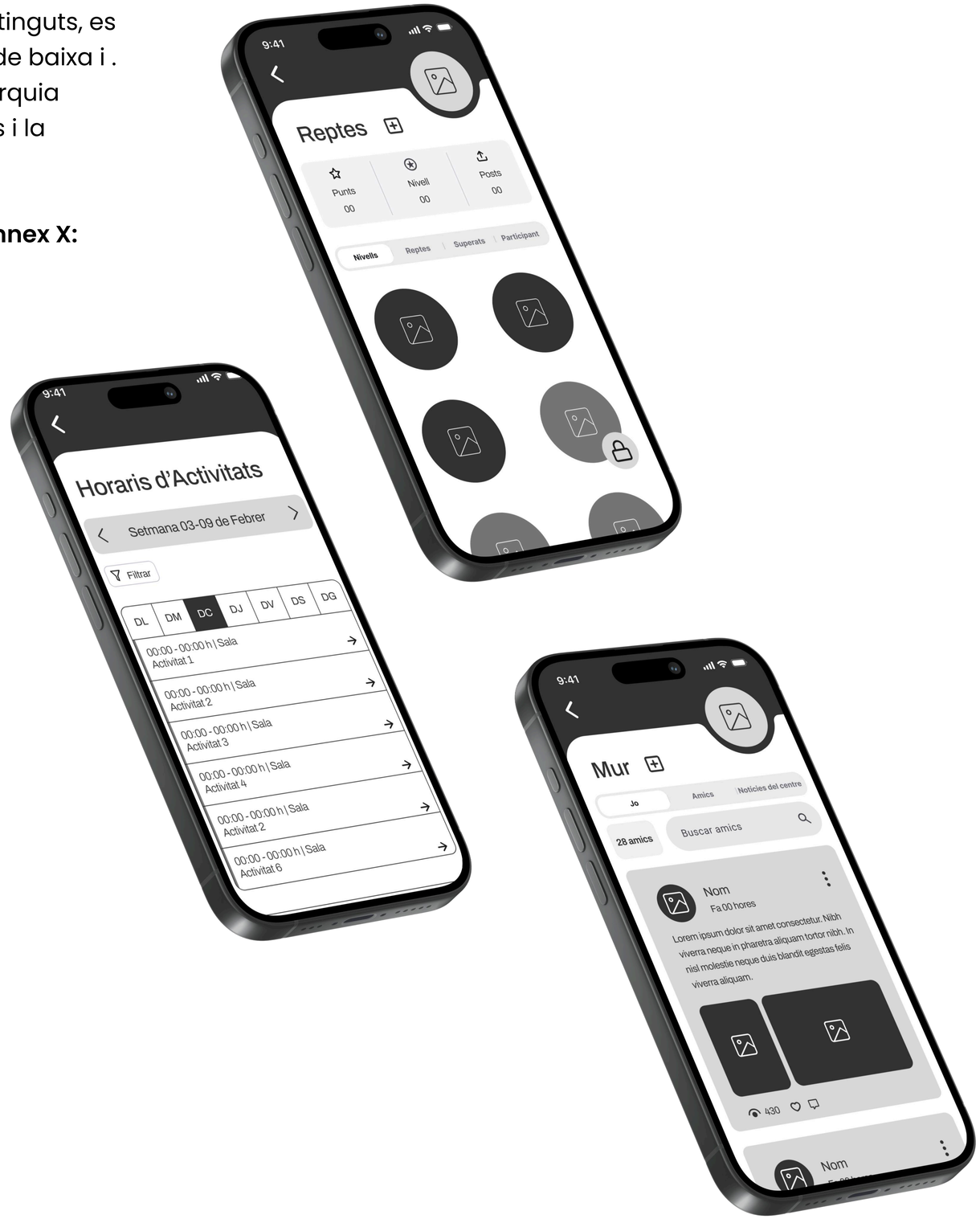


Aquests elements visuals són aplicats de manera consistent en tots els components de la interfície, garantint una experiència homogènia i agradable per a tots els usuaris.

6.4. Wireframes

Després d'analitzar els resultats del *user research* i els *insights* obtinguts, es va iniciar el **procés de conceptualització** mitjançant ***wireframes*** de baixa i . mitjana fidelitat. Aquests van permetre definir l'estructura i la jerarquia d'informació de l'aplicació, facilitant l'organització dels continguts i la navegació.

Els wireframes utilitzats durant el procés es poden consultar a **l'Annex X: Wireframes i prototip.**

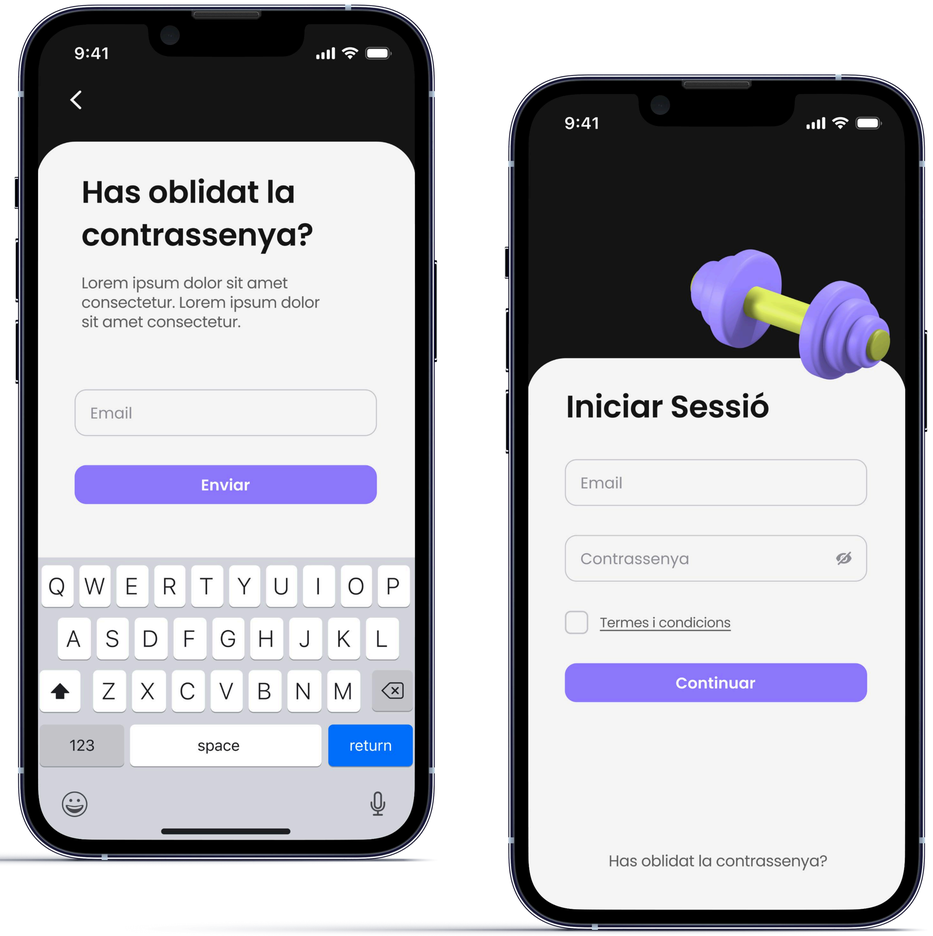


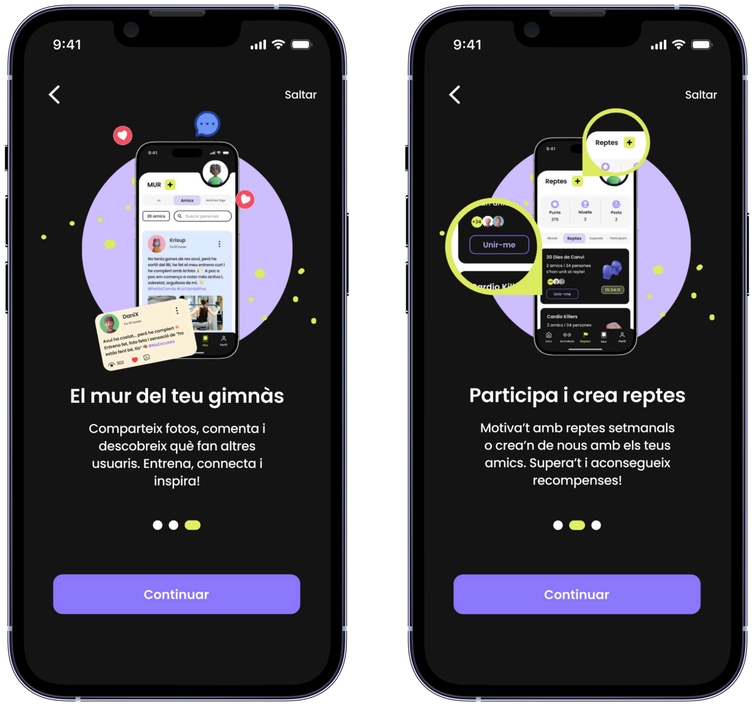
6.5. Prototip

El prototip desenvolupat reflecteix la **proposta final de l'aplicació** i inclou totes les funcionalitats principals pensades per oferir una **experiència d'usuari intuïtiva, motivadora i adaptada al públic objectiu.**

Per visualitzar el **prototip interactiu** de l'aplicació , es pot accedir mitjançant el següent enllaç***: Enllaç al prototip.***

Per començar, l'usuari accedeix a una pantalla de **login àgil i funcional,** pensada per fer el primer contacte amb l'app ràpid i sense friccions. Es permet l'inici de sessió i l'opcoó de restablir la contrassenya, amb un disseny net que prioritza la facilitat d'ús.





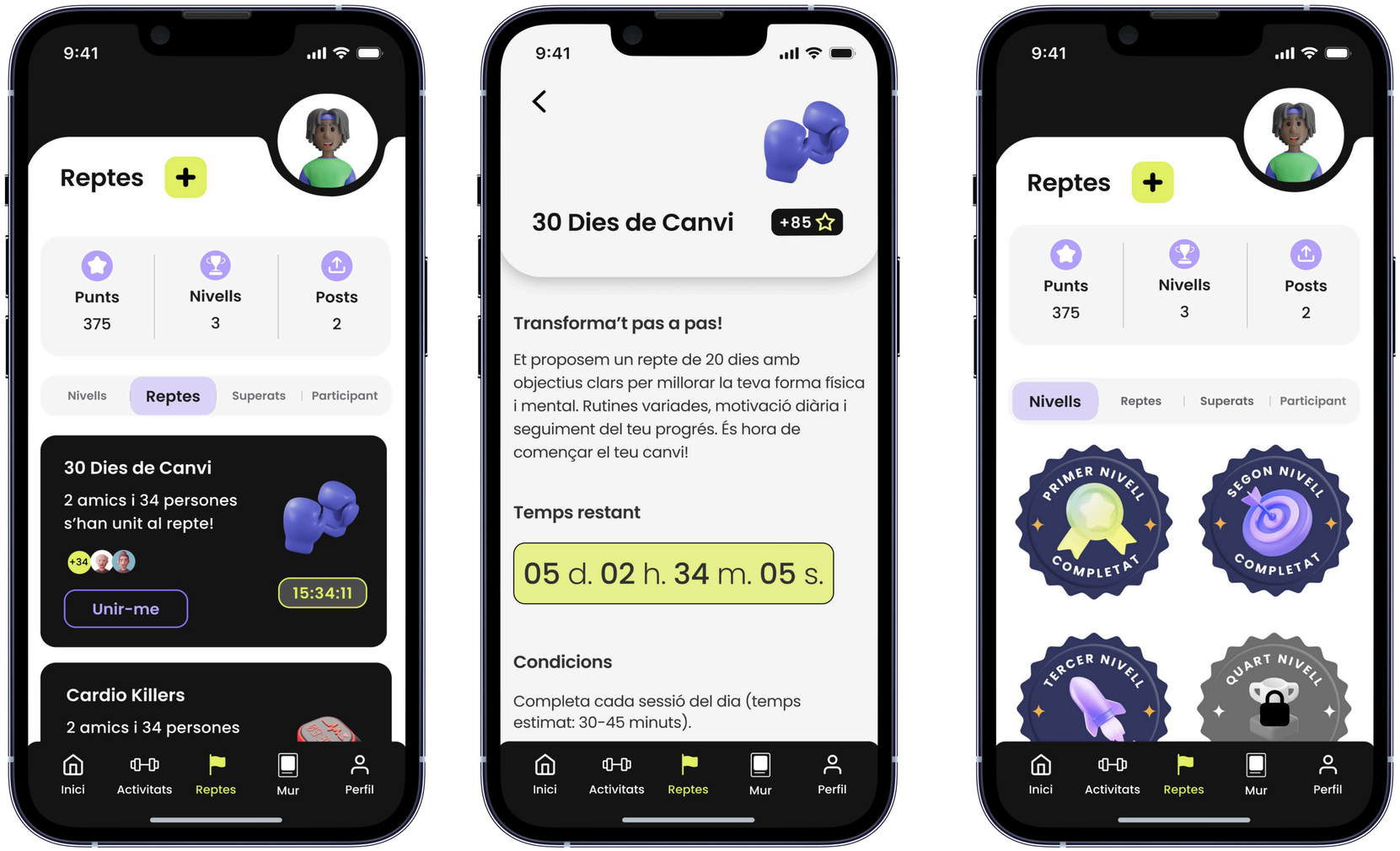


L'onboarding s'ha dissenyat com una **petita guia visual** perquè l'usuari entengui de forma ràpida què ofereix l'aplicació i com treure'n el màxim profit. A través de pantalles resum, es mostren els **espais principals** com els reptes, les activitats, el mur i el perfil, oferint així un esquema inicial clar i motivador. L'objectiu és que des del primer moment **l'usuari se senti orientat, còmode i preparat** per començar a utilitzar l'app amb seguretat.

La **pantalla principal** de l'aplicació és el punt de partida del dia a dia dels usuaris. A la ***Home*** es poden consultar les notificacions recents, accedir a una frase motivacional diària que canvia per inspirar i mantenir el compromís actiu, i visualitzar un gràfic de l'ocupació actual del gimnàs, comparat amb l'històric. També hi ha accés directe als reptes actius, a les últimes notícies i a les activitats properes. Tot això sense oblidar el **menú inferior fix** que permet navegar fàcilment per la resta de seccions de l'app







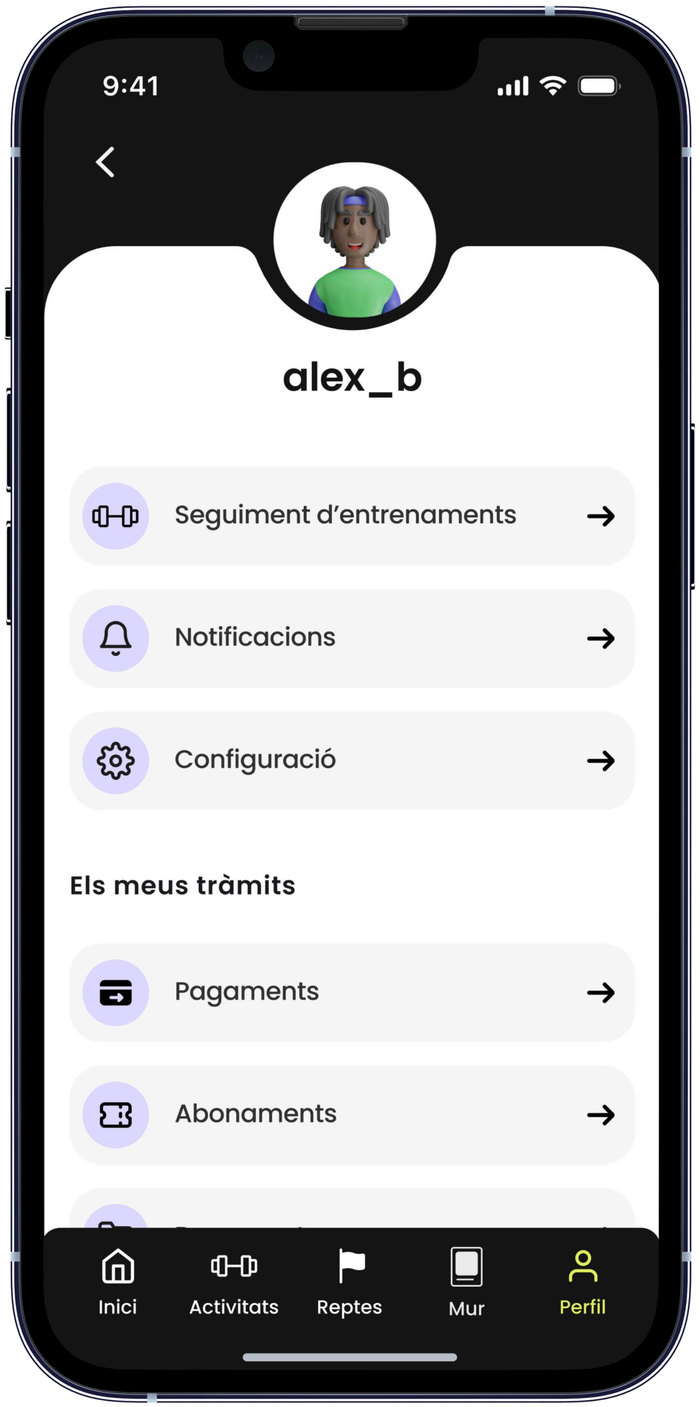
Aquesta secció és el cor **motivacional** de l'app. Aquí es presenten els **reptes** disponibles, amb tota la seva informació detallada: descripció, dates, nivells i requisits. La interfície està pensada per convidar l'usuari a sumar-s'hi i mantenir-se actiu, **fomentant la gamificació i la superació personal**. A més, l'usuari també té la possibilitat de crear els seus propis reptes, generant dinàmiques més personals, compartides i adaptades a diferents objectius.

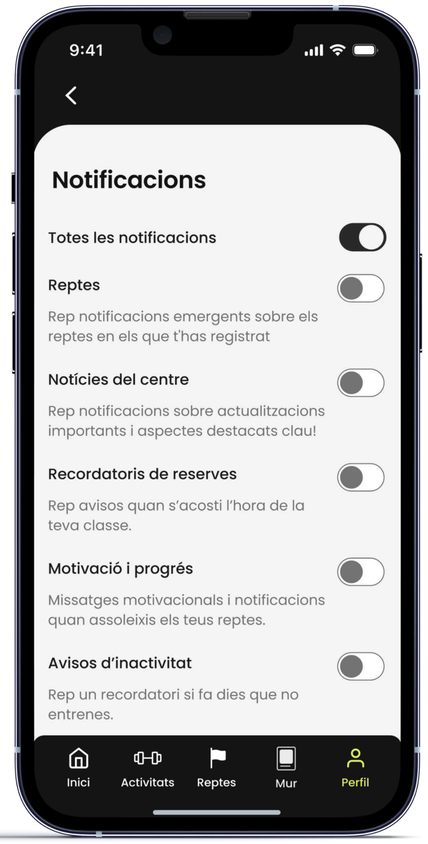
A la secció **d'Activitats**, els usuaris poden consultar tota la informació sobre les **classes i esdeveniments disponibles**: descripció, horaris, nivell i aforament. També es pot gestionar fàcilment la **reserva de places**, assegurant una experiència més organitzada i accessible. L'objectiu és **facilitar la planificació i motivar la participació activa** en la vida esportiva del gimnàs.



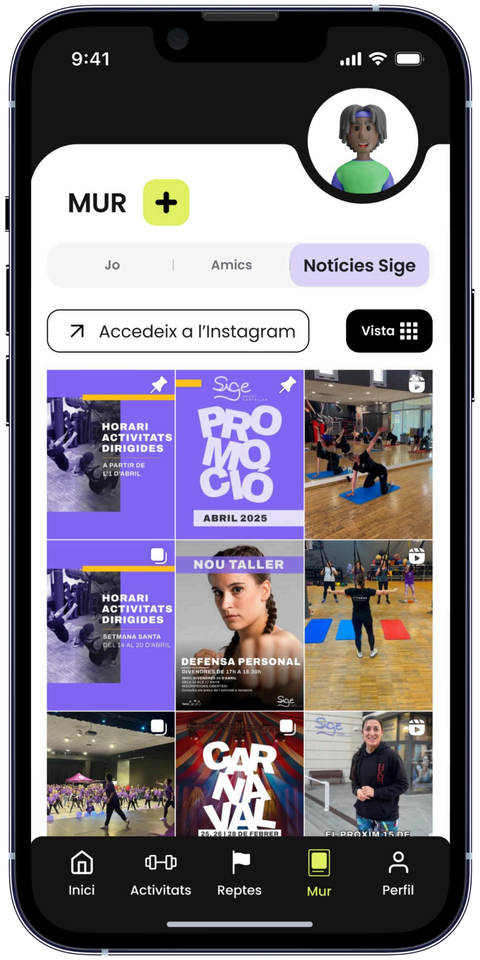








La secció **Perfil** concentra totes les **opcions de gestió personal**. L'usuari hi pot configurar les seves preferències, accedir a la seva documentació, consultar i editar els seus entrenaments i gestionar l'accés a altres funcionalitats importants de l'aplicació. És un espai dissenyat per **oferir control, privacitat i comoditat,** tot en un sol lloc.



L'apartat del **Mur** s'ha concebut per fomentar el **sentiment de comunitat, la motivació i la constància** entre els usuaris. Des d'aquí, cada persona pot: **compartir** els seus reptes, progressos o rutines esportives, **veure i reaccionar** a les publicacions dels seus amics, **buscar i connectar** amb nous companys i **consultar el feed d'Instagram oficial del gimnàs**. Aquest espai s'adapta a les noves dinàmiques socials digitals, apropant el gimnàs a un entorn on els usuaris ja interactuen a diari.

validació del disseny i usabilitat

7.1 Metodologia aplicada

Per validar la proposta de disseny de l'aplicació, es va dur a terme un **test d'usabilitat** amb **prototip interactiu a Figma**. L'objectiu era detectar **punts de fricció** i **millorar l'experiència d'usuari (UX)** en funcionalitats clau: reserva d'activitats, activació de notificacions, participació en reptes i publicació al mur del gimnàs.

Es va utilitzar una metodologia qualitativa amb **protocol *Think-Aloud*,observació directa** i **qüestionaris post-test (SUS i NPS)**. El test es va realitzar amb 4 participants reals del gimnàs, d'entre 18 i 50 anys, que van completar 4 tasques definides.[1]



7.2 Quins resultats es van obtenir?

Els resultats van mostrar que:

- Les tasques amb més dificultats van ser **cancel·lar una reserva** i **participar en un repte**, degut a una navegació i manca de feedback visual.
- La tasca més ben resolta va ser **l'activació de notificacions**, tot i que es va accedir des de rutes diverses.
- La **publicació al mur** es va completar amb èxit, tot i que es va suggerir millorar l'etiquetatge del botó de compartir imatge.

El **SUS** mitjà obtingut fou de **65,63/100**, indicant una usabilitat acceptable però amb marge de millora. Pel que fa al **NPS**, el resultat final fou de **0**, amb una distribució equilibrada entre promotors i detractors.

Aquest test ha permès obtenir **dades qualitatives i quantitatives** per fonamentar millores específiques en el disseny, com la incorporació d'un accés directe a "Les meves reserves" o un feedback visual més clar en reptes.



Els **resultats obtinguts** en el test d'usabilitat mostren una valoració **generalment positiva** per part dels participants. Tot i això, cal tenir en compte que el nombre de participants ha estat limitat i que, de cara a **futures iteracions** del projecte, seria recomanable **ampliar la mostra** per obtenir dades més representatives i diverses. A més, el fet que el test s'hagi realitzat amb un prototip interactiu a Figma comporta certes limitacions, ja que **no permet experimentar plenament totes les funcionalitats reals** de l'aplicació. Per a una anàlisi detallada dels resultats i les respostes obtingudes, es pot consultar **l'Annex 3.**

pressupost

Per tal de valorar la **viabilitat econòmica** de la proposta, s'ha estructurat el pressupost del projecte en **quatre fases principals**: **investigació i disseny, desenvolupament tècnic, distribució i màrqueting, i manteniment i escalabilitat**. Aquest pressupost desglossa les diferents fases de desenvolupament del projecte, tenint en compte tant els recursos econòmics com el valor estratègic i creatiu aportat. Les xifres es presenten amb rangs estimats segons tarifes de mercat i possibles escenaris futurs.

Fase	Rang de cost estimat €		
Fase 0: Ideació	250		
Fase 1: Investigació i disseny	1.350		
Fase 2: Desenvolupament tècnic	3.970		
Fase 3: Distribució i màrqueting	344		
Fase 4: Manteniment i escalabilitat	800	total	**6.714 €**

8.1 Fase 1: Investigació i disseny

Aquesta fase inclou totes les tasques prèvies al desenvolupament tècnic i constitueix el pilar estratègic del projecte. Tot i estar realitzada com a part del TFG, es presenta el cost estimat si s'hagués externalitzat a un perfil júnior o agència especialitzada.

Aquest cost reflecteix la càrrega de treball real i el valor professional de totes les decisions estratègiques preses.

Element	descripció	cost estimat €	observacions
Investigació	Enquestes, entrevistes i anàlisi de comportament	250 €	Inclou redacció de preguntes i anàlisi de resultats
Documentació tècnica i estrtègica	Objectius, públic, propostes de millora i storytelling	300 €	Memòria del projecte
Disseny UX/UI a Figma	Wireframes, prototips interactius i sistema de disseny	600 €	Inclou disseny mobile-first complet
Tes d'usabilitat	Proves amb usuaris i anàlisi qualitativa	200 €	Planificació, execució i informes

8.2. Fase 2: Desenvolupament tècnic

Aquesta fase contempla la implementació funcional de l'app, així com els recursos tècnics necessaris per fer-la operativa.

Aquesta és la fase amb més impacte econòmic, ja que implica la subcontractació de desenvolupament. El rang de preus preveu tant un MVP funcional com una versió més completa.

Element	descripció	cost estimat €	observacions
Desenvolupador freelance	Desenvolupament en Flutter o React Native	2.000 – 3.500 €	Segons tarifes estàndard
Domini + hosting	Allotjament i domini personalitzat	80 – 120 €	Opcional: subdomini del gimnàs
Llicències i backend	APIs, cloud, base de dades	100 €	Pot escalar-se
Disseny adaptat	Preparació d'assets i integració tècnica	150 – 250 €	Per a facilitar el handoff

8.3. Fase 3: Distribució i màrqueting

La tercera fase assegura l'arribada de l'app als usuaris i promou la seva adopció amb accions comunicatives.

Es prioritzen accions de màrqueting de baix cost però d'alt impacte, aprofitant els canals interns del gimnàs i recursos humans ja disponibles, mencionat a l'estratègia de comunicació.

Element	descripció	cost estimat €	observacions
Publicació a App Store	Quota anual Apple Developer	99 €	Requisit per iOS
Publicació a Google Play	Quota única Google Developer	25 €	Només una vegada
Impressió material físic	Roll-ups, QR i pòsters	100 €	Promoció al gimnàs
Concurs mensual	Premis mensuals (ampolles)	120 €	6 mesos x 20 €

8.4. Fase 4: Manteniment i escalabilitat

Aquesta última fase preveu la sostenibilitat del projecte a mitjà i llarg termini, així com la seva capacitat de créixer.

Aquest apartat garanteix l'evolució del projecte i la seva adaptació a les necessitats dels usuaris reals un cop en funcionament.

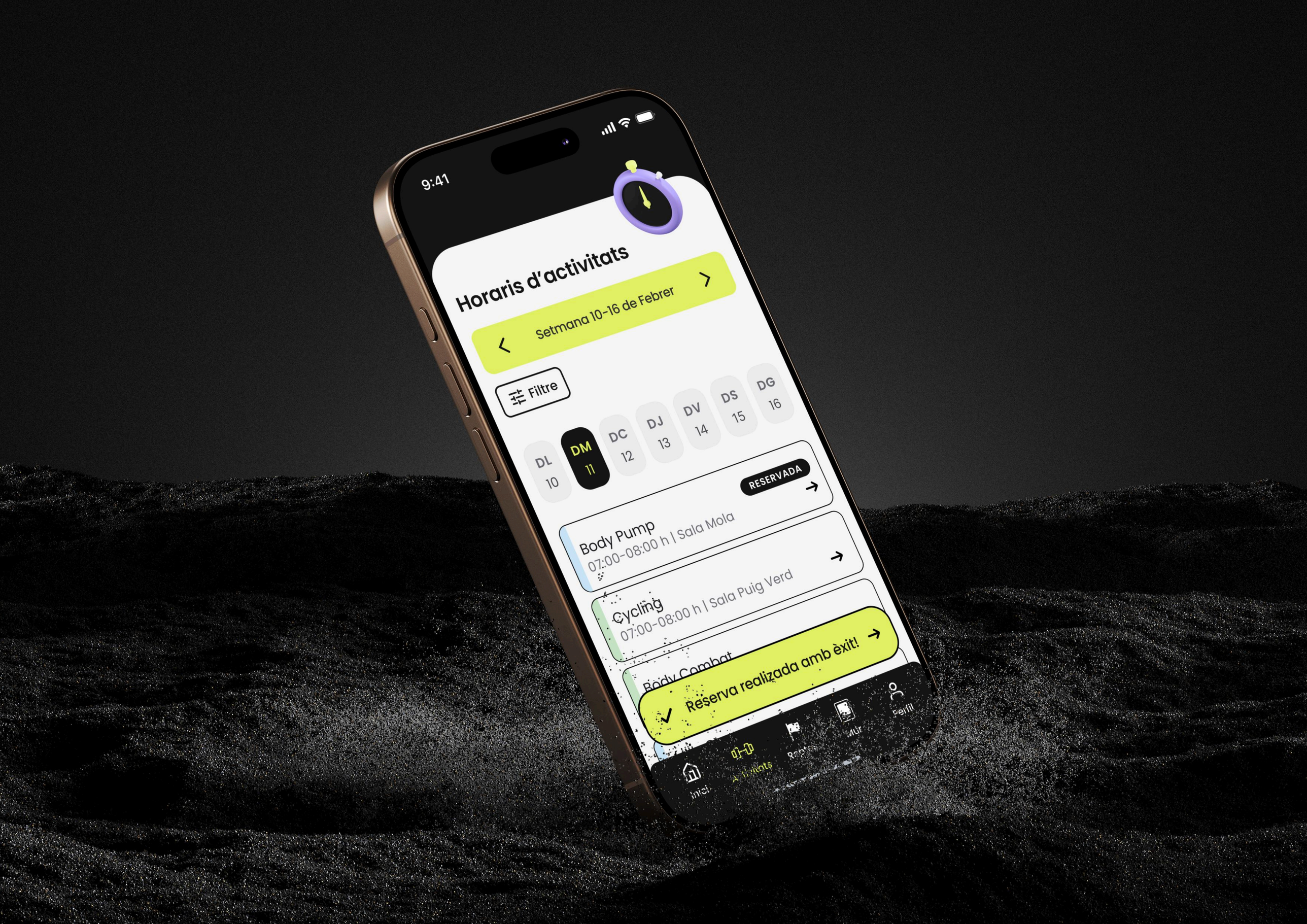
Element	descripció	cost estimat €	observacions
Suport tècnic mensual	Correcció d'errors i manteniment	50 – 100 € / mes	Es pot subcontractar
Millores contínues	Noves funcionalitats segons l'ús	300 € / any	Iteracions segons feedback
Serveis escalables	Cloud i infraestructura creixent	100 – 200 € / any	Preparat pel creixement

8.5. Fase 0: Ideació

Tot i que moltes de les partides contemplades tenen un cost econòmic nul, aquest projecte representa una **inversió significativa en creativitat, estratègia i treball autònom.** La proposta de valor no se centra únicament en l'execució tècnica, sinó en la capacitat d'identificar una **necessitat real dins del context del gimnàs local, transformar-la en una solució funcional i accessible, i dissenyar una experiència que connecti emocionalment i pràcticament amb els seus usuaris.**

Els continguts han estat desenvolupats amb eines professionals com Figma, Google Tag Manager, protocols de test d'usabilitat o tècniques de storytelling. Aquesta fase reflecteix també la **visió transversal del projecte**, liderat de manera integral des de la concepció fins a l'entrega, cosa que aporta un valor intangible molt alt. Aquesta visió creativa i estratègica és clau per garantir la viabilitat i l'impacte real del projecte, i **mereix ser reconeguda com una inversió inicial imprescindible**.

Element	cost estimat €
Valor afegit del creador	250 €


9:41
Horaris d'activitats
Setmana 10-16 de Febrer
Filtre
DL 10
DM 11
DC 12
DJ 13
DV 14
DS 15
DG 16
RESERVADA
Body Pump
07:00-08:00 h | Sala Mola
Cycling
07:00-08:00 h | Sala Puig Verd
Body Combat
Reserva realitzada amb èxit!
Perfil

Conclusió i proposta de valor

9.1. Conclusió

Aquest projecte ha representat una **oportunitat rea**l de donar resposta a una necessitat concreta d'un entorn proper: **modernitzar i optimitzar l'experiència digital dels usuaris del gimnàs de Castellar del Vallès**. A partir d'un procés complet d'investigació, disseny i validació amb usuaris, s'ha aconseguit conceptualitzar una aplicació funcional, intuïtiva i visualment atractiva que cobreix no només les **necessitats operatives del centre** (reserves, horaris, comunicació), sinó també la voluntat de **fomentar la fidelització, el compromís i l'activitat física dels seus usuaris.**

Mitjançant metodologies centrades en l'usuari i eines professionals com Figma, i protocols d'usabilitat, s'ha desenvolupat un **prototip d'alt valor estratègic**, totalment **escalable** i amb una **projecció real d'implementació**. El projecte no només resol problemàtiques actuals, sinó que anticipa escenaris futurs gràcies a un enfocament modular i sostenible.

A més, l'estimació econòmica detallada per fases ofereix una visió clara de la v**iabilitat del projecte**, demostrant que es pot implementar de manera progressiva amb una inversió moderada i impacte alt.

9.2. Porposta de valor

Aquest projecte no és només una proposta acadèmica: és una **solució realista, viable i adaptable** per a **qualsevol gimnàs local** que vulgui digitalitzar-se i connectar millor amb els seus usuaris.

El que el fa únic:



Disseny centrat en l'usuari

Cada funcionalitat respon a una necessitat concreta detectada mitjançant recerca i proves reals.



Creativitat aplicada

Des del storytelling fins a la interfície, cada detall busca generar una connexió emocional amb l'usuari.



Modularitat i escalabilitat

Pensada per créixer amb el gimnàs, adaptant-se a nous serveis, tarifes o perfils d'usuari.



Impacte mesurable

Eines d'analítica integrades que permeten millorar contínuament segons dades reals d'ús.



Baix cost de posada en marxa

Pressupost ajustat que demostra que no cal una gran inversió per tenir una gran app.

Aquest projecte no només representa una solució per al gimnàs, sinó també la meva capacitat de **detectar una oportunitat real**, transformar-la en una **proposta concreta** i **executar-la de manera professional**. El valor de la meva creativitat recau en la capacitat d'integrar pensament estratègic, eines digitals, disseny d'experiència d'usuari i visió de negoci, tot amb una **mirada realista però ambiciosa**.

Bibliografia

2Playbook. (2024). Los ‘wearables’ y las ‘apps’ de entrenamiento lideran las tendencias fitness para 2025. https://www.2playbook.com/fitness/wearables-apps-entrenamiento-lideran-tendencias-fitness-2025_16975_102.html

Ciencias Deportivas. (2023). Sala Fitness: Qué es, para qué sirve y beneficios de entrenar allí. https://cienciasdeportivas.com/sala-fitness/

Garrett, J. J. (2010). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders.

Garrido, A. (2019). Accessibilitat Web: Principis i Recomanacions. www.accesibilidadweb.com

González, J., & Pérez, M. (2021). Aplicaciones móviles y su impacto en la fidelización del cliente. Revista de Tecnología y Consumo, 12(3), 45-60. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9604353.pdf

Gould, J. D., & Lewis, C. (1985). Designing for usability: Key principles and what designers think. Communications of the ACM, 28(3), 300-311. https://doi.org/10.1145/317456.317470

HubSpot. (s.f.). Diseño centrado en el usuario: qué es, etapas y ejemplos. HubSpot Blog. https://blog.hubspot.es/website/diseno-centrado-usuario

ISO/IEC 25010:2011. Systems and software engineering — Systems and software Quality Requirements and Evaluation (SQuaRE) — System and software quality models.

Krug, S. (2015). No me hagas pensar: Una aproximación a la usabilidad en la web y los dispositivos móviles (3ª ed.). Pearson Educación.

Norman, D. A. (1986). User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction. Lawrence Erlbaum Associates.

Norman, D. A. (2013). The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition. Basic Books.

PuroMarketing. (2020, 13 de octubre). El 64% de los consumidores prefiere empresas con presencia física y plataformas digitales. PuroMarketing. https://www.puromarketing.com/64-consumidores-presencia-fisica-plataformas-digitales

SaludOnNet. (2025). Tendencias en fitness para 2025. https://www.saludonnet.com/blog/tendencias-en-fitness-para-2025/

TechTarget. (s.f.). Mobile app (mobile application). TechTarget. Recuperado el 2 de mayo de 2025, de https://www.techtarget.com/whatis/definition/mobile-app

Trainingym. (2025). Tendències tecnològiques en la indústria del fitness. https://blog.trainingym.com/es/blog/tendencias-tecnologicas-en-la-industria-del-fitness-2025

W3.org. (2024, 27 de agosto). Introduction to Understanding WCAG 2. https://www.w3.org/WAI/WCAG22/Understanding/intro#understanding-the-four-principles-of-accessibility

W3.org. (2022, 13 de julio). Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2 Level AA Conformance. https://www.w3.org/WAI/WCAG2AA-Conformance

Annexos

Annexos 1: Entrevista

Justificació

L'objectiu d'aquesta entrevista és obtenir una visió detallada sobre el funcionament del gimnàs SIGE, el comportament dels socis i l'experiència digital amb l'aplicació SIGE. L'entrevista ha estat semiestructurada, permetent una combinació de preguntes obertes i tancades per obtenir una comprensió profunda dels punts forts i febles de la plataforma i la gestió del centre.

Preguntes de recerca

Les preguntes de recerca que han guiat l'entrevista són les següents:

1. Quines són les principals funcions i reptes en la gestió del gimnàs SIGE?
2. Quin és el perfil majoritari d'usuari i com es comporta dins del gimnàs?
3. Com es gestiona la reserva d'activitats i espais a través de SIGE?
4. Quins aspectes de la plataforma digital podrien millorar-se per optimitzar l'experiència de l'usuari?
5. Com es duu a terme la comunicació amb els socis i com es podria potenciar?

Guió de l'entrevista

Introducció: relació amb l'usuari | 5 minuts

1. Presentació i rol
2. Explicar/ fer memòria de l'objectiu de l'estudi
3. Consentiment informat i NDA.*
4. Demanar permís per gravar l'entrevista (vídeo, àudio o ambdós).
5. Deixar clar com serà la sessió, indicar que pot descansar o finalitzar l'entrevista quan vulgui.

*S'envia per correu abans de l'entrevista. Es demanaa el document o es deixa un temps per llegir i firmar si no ho ha fet.

Cos de l'entrevista | 35 minuts

1. Sobre el teu rol i el funcionament del gimnàs:

- Ens pots explicar una mica sobre el teu dia a dia com a responsable del gimnàs?

El meu dia a dia és molt variat. M'encarrego tant de la gestió administrativa com del seguiment del gimnàs en temps real. Revisem l'ocupació de les sales, ens assegurem que els horaris

Annexos 1: Entrevista

de classes es compleixin i supervisem l'atenció als socis. També resolc incidències tècniques i gestiono l'ús de SIGE.

- Quines són les tasques més importants que realitzes amb SIGE?

Gestionar les reserves de les classes dirigides i el control d'accés. També reviso les dades d'ocupació per optimitzar horaris i recursos.

- Quina és la principal dificultat que trobes en la gestió del gimnàs?

La principal dificultat és la gestió de pics d'afluència. A certes hores, la sala fitness està molt plena i alguns socis es queixen que no hi ha prou espai o material disponible.

2. Sobre els socis i el seu comportament:

- Quin perfil d'usuari teniu majoritàriament (edat, objectius, freqüència d'entrenament...)?

La majoria tenen entre 25 i 45 anys. Hi ha un grup fidel que ve gairebé cada dia i un altre que ve puntualment, sobretot al principi d'any o abans de l'estiu. Els objectius principals són posar-se en forma, mantenir la salut i perdre pes.

- Quines són les hores punta al gimnàs? A què creus que es deu?

De 18:00 a 21:00 és quan hi ha més afluència. Crec que és perquè coincideix amb la sortida de la feina i de l'escola, així que molts socis aprofiten per entrenar en aquest horari.

- Com solen gestionar els usuaris les reserves d'activitats i espais? Ho fan majoritàriament per l'app o prefereixen fer-ho en persona?

Depèn molt de l'edat. Els més joves fan servir l'app, però molta gent gran encara prefereix reservar en recepció o per telèfon

- Has detectat alguna queixa recurrent sobre el funcionament de SIGE?

Sí, algunes persones es queixen que l'app no avisa si una classe s'omple i acaben venint al gimnàs per res. També hi ha qui diu que el procés de reserva és poc intuïtiu.

3. Sobre l'experiència digital i ús del SIGE:

- Creus que l'app/web és intuïtiva per als usuaris? Quins són els punts forts i febles?

L'app és útil perquè permet reservar fàcilment, però el disseny és una mica antic i alguns apartats són poc clars. A més, hi ha gent que no sap on trobar la informació dels horaris..

Annexos 1: Entrevista

- Hi ha algun procés que creus que es podria millorar per fer-lo més ràpid o accessible?

Sí, crec que caldria afegir recordatoris automàtics per les reserves i una interfície més visual amb pictogrames per a persones grans.

- Els monitors i recepcionistes han rebut alguna dificultat tècnica o comentari negatiu dels usuaris?

A vegades l'app es bloqueja i no deixa fer reserves. També ens han dit que el sistema de validació de socis a l'entrada no sempre funciona correctament.

4. Sobre la comunicació i engagement:

- Com informeu els socis sobre novetats, horaris o canvis en activitats?

Sobretot per correu electrònic i xarxes socials (Instagram) però molts socis diuen que no ho veuen. Crec que funcionaria millor si l'app enviés notificacions directament.

- Creus que els usuaris fan servir suficientment les funcionalitats de SIGE o podrien aprofitar més la plataforma?

Podrien aprofitar-la molt més! Per exemple, pocs usuaris miren els horaris des de l'app, i encara hi ha molta gent que no sap que es poden fer reserves en línia

- Quin tipus de funcionalitat t'agradaria veure implementada en una nova versió de SIGE?

Potser, un sistema de valoració de les classes perquè els monitors puguin millorar-les i un sistema de notícies vinculat amb Instagram.

Finalització i acomiadament | 5-10 minuts

Indicarem que l'entrevista ha finalitzat i preguntarem si vol afegir alguna dada important o si té cap dubte:

- Hi ha algun tema que no hàgim tractat i que consideris rellevant?

Agrairem la participació, recollirem les coses (presencial) i ens acomiadarem.

Resultats

A partir de l'entrevista, s'han identificat els següents punts clau:

1. **Gestió del gimnàs:** Marina García gestiona tant les reserves com l'afluència del gimnàs, destacant la dificultat en la regulació de les hores punta.

Annexos 1: Entrevista

2. **Perfil dels usuaris:** Majoritariament, els socis tenen entre 25 i 45 anys, i l'afluència més alta es produeix de 18:00 a 21:00 h.

3. **Funcionament de SIGE:** L'app és usada pels joves, però els més grans prefereixen reservar en recepció. Es detecten queixes sobre la falta de notificacions i la manca d'intuïtivitat de l'app.

4. **Limitacions tecnològiques:** Problemes recurrents amb l'app, bloquejos en el sistema de reserves i incidències en el control d'accés.

5. **Comunicació:** La informació es transmet per xarxes socials i correu electrònic, però molts socis no reben les notificacions. Es proposa millorar la comunicació a través de notificacions push.

6. **Millores proposades:** Es suggereix un sistema de valoració de classes, pictogrames per a una millor accessibilitat i recordatoris automàtics de reserves.

Annexos 2: Enquesta

Introducció

Per complementar les dades quantitatives del Google Analytics (GA4) de la web proporcionades pel gimnàs, s'ha dut a terme una enquesta qualitativa amb l'objectiu de comprendre millor les **necessitats, percepcions i expectatives** dels usuaris respecte a la seva experiència al gimnàs i l'ús de l'app SIGE. L'enquesta es va dissenyar amb preguntes obertes i tancades per identificar patrons de comportament, preferències i àrees de millora que podrien optimitzar l'experiència dels socis.

Objectiu de l'Enquesta

El propòsit d'aquesta enquesta és obtenir insights qualitatius que permetin comprendre el següent:

1. Les principals motivacions dels usuaris per assistir al gimnàs.
2. La freqüència d'ús de les instal·lacions.
3. El nivell de coneixement i ús de l'app SIGE.
4. La percepció sobre la facilitat d'ús i funcionalitats de l'aplicació.
5. Les millores suggerides tant per al gimnàs com per a la seva plataforma digital.

Metodologia

Preguntes de l'enquesta

Les preguntes formulades a l'enquesta van ser les següents:

1. Quina és la teva principal motivació per venir al gimnàs? (Posar-me en forma, mantenir la meva salut, fer contactes socials, reduir estrès, entre altres)
2. Amb quina freqüència assisteixes al gimnàs? (Menys d'1 vegada per setmana, 1-2 vegades per setmana, 3-5 vegades per setmana, més de 5 vegades per setmana)
3. Del 1 al 5, com valores els teus coneixements sobre l'app SIGE?

L'enquesta es va distribuir de manera en línia entre els socis del gimnàs i va constar de preguntes tant d'opció múltiple com obertes. Es van recollir respostes que van permetre analitzar tendències i extreure conclusions clau sobre la relació dels usuaris amb el gimnàs i la seva plataforma digital.

Annexos 2: Enquesta

Millores proposades

Entre les suggerències destacades pels enquestats per optimitzar l'aplicació es troben:

- Tutorials sobre l'ús de les màquines i exercicis específics.
- Funcionalitat per planificar entrenaments personalitzats.
- Més claredat sobre la disponibilitat i ocupació de les instal·lacions en temps real.
- Millores en accessibilitat, com major contrast entre botons, text i icones i mides.
- Implementació de funcions socials per enfortir la comunitat, com fòrums, reptes grupals i rànquings d'activitat.

Conclusions

Els resultats de l'enquesta han permès extreure insights valuosos sobre l'experiència dels usuaris al gimnàs i la seva relació amb l'app SIGE. S'identifiquen tres àrees clau de millora:

1. **Augment de l'ús de l'app:** La manca d'ús no està relacionada amb dificultats tècniques, sinó amb una baixa percepció
2. **Millores en l'experiència digital:** Els usuaris valoren la facilitat d'ús, però demanden contingut educatiu i eines de planificació per fer-la més funcional.
3. **Accessibilitat i inclusió:** Alguns usuaris han esmentat dificultats en l'accés a l'app, cosa que indica la necessitat d'optimitzar la interfície i garantir una experiència inclusiva per a tothom.
4. **Comunitat i interacció social:** Existeix un interès per part dels usuaris en fomentar una major interacció entre socis mitjançant eines digitals, fet que representa una oportunitat per integrar funcions socials a l'app.

Recomanacions

1. Campanyes de comunicació i formació.
2. Gamificació i recompenses.
3. Millores en UX/UI.
4. Funcions de planificació personalitzada.
5. Major interacció social.

Annexos 2: Enquesta

5. Utilitzes l'app SIGE per gestionar la teva activitat al gimnàs? (Sí, amb freqüència; Sí, però no gaire sovint; No, prefereixo gestionar la meva activitat d'una altra manera)
6. Si has utilitzat l'app SIGE, com valoraries la seva facilitat d'ús? (Molt fàcil, Bastant fàcil, Difícil, No l'he utilitzada)
7. Si utilitzes o utilitzessis l'app, quins serveis t'agradaria que tingués per millorar la teva experiència? (Resposta oberta)
8. Del 1 al 5, com valores la teva experiència general al gimnàs?
9. Quines millores proposaries per fer que l'app SIGE sigui més còmoda i agradable d'usar? (Resposta oberta)

Resultats i anàlisi

Motivació i freqüència d'assistència

Els resultats reflecteixen que la majoria dels usuaris assisteixen al gimnàs principalment per posar-se en forma i mantenir la seva salut, amb una assistència freqüent de *3 a 5 vegades per setmana*. Això indica que el públic objectiu és actiu i compromès amb el seu entrenament, fet que representa una oportunitat per potenciar la seva fidelització mitjançant eines digitals més eficients.

Coneixement i ús de l'app SIGE

El nivell de coneixement sobre l'aplicació SIGE és baix: més del 60% dels enquestats desconeixen les seves funcionalitats o mai l'han utilitzada. Entre els que sí que l'han provada, la majoria considera que és bastant fàcil d'usar, encara que el seu ús no està completament integrat en la seva rutina esportiva. Això suggereix la necessitat d'una millor comunicació i estratègies per incentivar-ne l'ús.

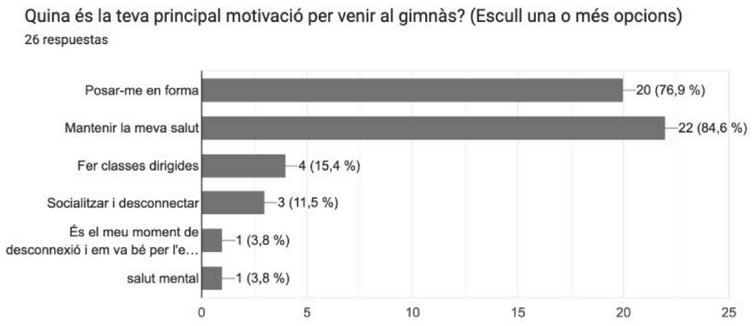
Raons del baix ús de l'app

Els principals motius pels quals els usuaris no fan servir l'app SIGE inclouen:

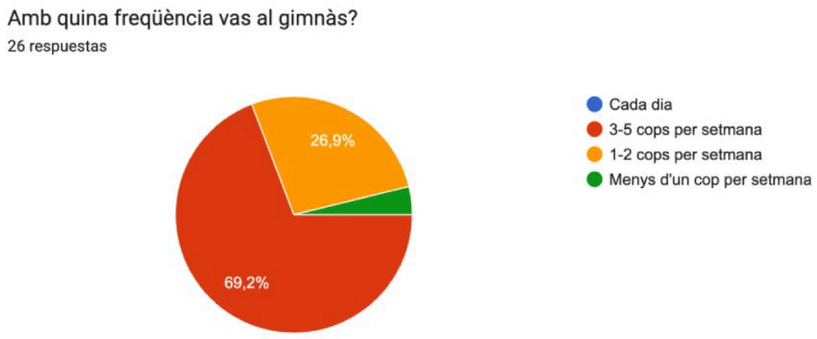
- *Manca d'informació sobre les seves funcions i beneficis.*
- *Preferència per gestionar la seva activitat d'una altra manera.*
- *Percepció que l'app no aporta un valor diferencial en la seva rutina.*

Annexos 2: Enquesta

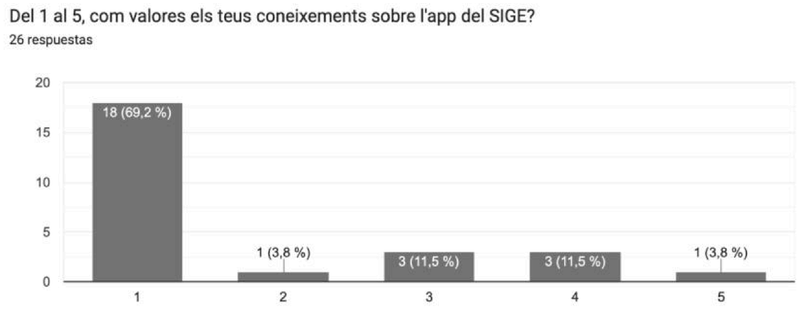
Gràfica 1



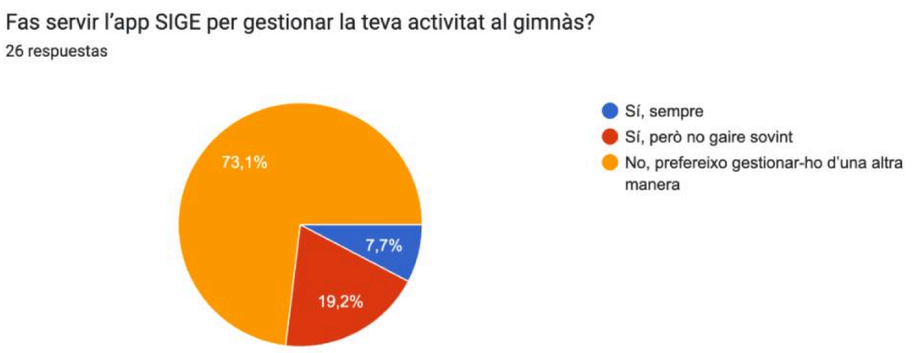
Gràfica 2



Gràfica 3



Gràfica 4

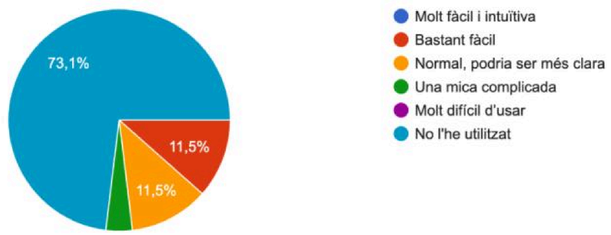


Annexos 2: Enquesta

Gràfica 5

Si has fet servir l'app SIGE, com valores la seva facilitat d'ús? Si no l'has utilitzat, selecciona l'opció 'No l'he utilitzat'.

26 respuestas



Gràfica 7

L'app actual del gimnàs ofereix funcionalitats com la gestió del teu compte, notificaciones generals, consulta de l'ocupació en temps real, reserva d'activitats dirigides, servei de nutrició, registre de pagaments i abonaments i accessos al centre.

Si l'utilitzes o l'utilitzessis, quins serveis t'agradaria que tingués l'app per millorar la teva experiència?

26 respuestas

- No utilitzo
- En el cas de les màquines, quin ús te cada una, que exercites i com funciona. No la he utilizada, així que no sé si això ja hi es.
- nose com va
- .
- no utilitzo
- gestió del teu compte i registre pagaments
- No l'he fet servir mai
- Planificar entrenos
- Realment només l utilitzo per reservar activitats dirigides.

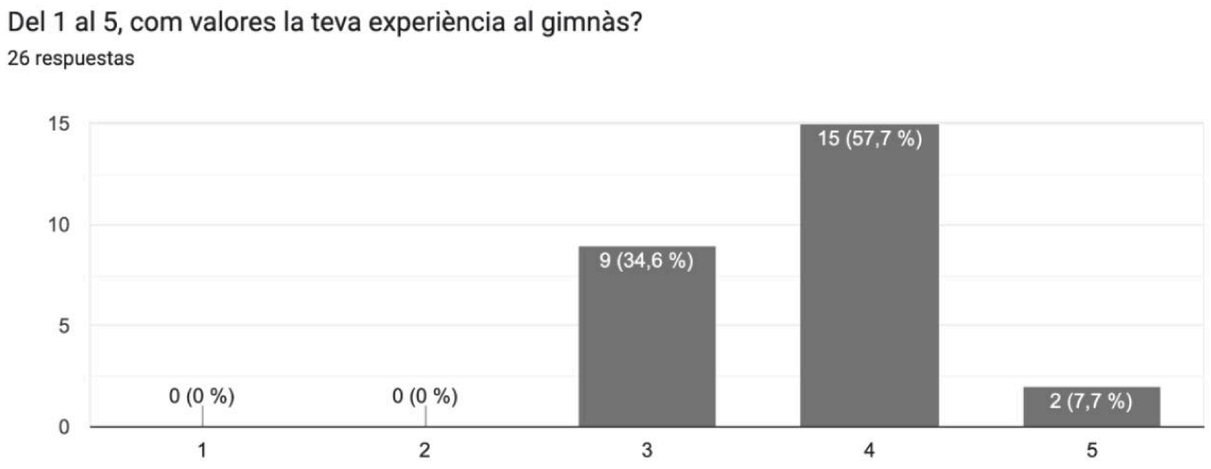
Gràfica 8

En referència a la pregunta anterior, quines millores proposaries per fer l'app del SIGE més còmoda i agradable d'utilitzar, tant físicament com digitalment? *(Resposta oberta)*

26 respuestas

- No la faig servir, però estaria be que et poguesis inscriure a les classes i pagar nomes a les que vas. Aixi la gent que nomes va a les maquines tindria una cuota millor
- ni idea
- .
- Posar més instal·lacions
- millorar el material, maquinas...
- No la conec
- Poder veure el % d'ocupació des de l'app
- Millora material

Annexos 2: Enquesta



Annexos 3: Test d’usabilitat

Justificació

L’objectiu d’aquest estudi és avaluar la usabilitat de l’aplicació mòbil del Gimnàs de Castellar del Vallès, una eina pensada per facilitar la gestió d’activitats, comunicació i participació dels usuaris en reptes i continguts relacionats amb el centre.

Objectiu

Millorar l’experiència d’usuari (UX) en les funcionalitats bàsiques de l’app, identificant punts de fricció i oportunitats per fer-la més intuïtiva i eficient.

Metodologia

Participants

4 usuaris habituals del gimnàs, d'entre 18 i 50 anys, que utilitzen el mòbil per gestionar activitats i informacions relacionades amb el centre esportiu.

TASQUES

1. Reservar una activitat dirigida:
   Tasca: “Reserva una classe de Body Pump per a dimecres a les 07:00h i elimina la reserva.”

2. Activar notificacions de l’app:
   Tasca: “Activa les notificacions per rebre avisos sobre canvis d’horari i nous reptes.”

3. Participar en un repte actiu:
   Tasca: “Apunta’t al repte ‘30 Dies de Canvi’ i accedeix al xat grupal.”

4. Publicar al mur del gimnàs:
   Tasca: “Comparteix una foto al mur”

Variables observables

- Clics: nombre de tocs en la interfície.
- Scroll: ús del desplaçament vertical.
- Ruta de navegació: passos seguits per completar cada tasca.
- Temps per tasca: segons/minuts dedicats a cada acció.
- Errors o bloquejos: verbalitzacions o moments d'indecisió observables.

Annexos 3: Test d’usabilitat

Tipus de prova

- Think-Aloud Protocol: els usuaris verbalitzen el que pensen mentre fan les tasques.
- Observació directa.
- Test post-prova SUS i NPS.

Annexos 3: Test d’usabilitat

Observacions

El subjecte 1 ha mostrat dificultats en la tasca 1 i 3. A la tasca 1, ha utilitzat una ruta de navegació més llarga, passant per la pàgina d’informació de les activitats, buscant l’activitat de Body Pump i entrant als horaris específics per reservar. El problema principal ha estat en el moment d’anul·lar la reserva, ja que s’ha quedat bloquejat mirant la pantalla sense trobar l’opció. Ha anat a l’apartat de perfil, ha tornat a la pàgina on havia fet la reserva i finalment ha clicat sobre la mateixa per anul·lar-la.

Subjecte 1

Variable	Tasca 1	Tasca 2	Tasca 3	Tasca 4
Clics	13	3	15	4
Scroll	0	0	6	0
Ruta de navegació	Home (Activitats dirigides) > Consultar activitats dirigides > Body Pump en Activitats Dirigides > Perfil > Reserves	Menú principal (Perfil) > Notificacions	Home (Repte, botó "unir-me") > Pàgina del repte > Home > Reptes > Home (Repte, botó "unir-me") > Xat del repte	Menú principal > Mur > Nova publicació
Temps per tasca	1 minut	23 segons	3 min, 15 segons	1 minut

Annexos 3: Test d’usabilitat

Observacions

El subjecte 2 ha presentat dificultats en la tasca 1, especialment en el procés d’anul·lació de la reserva. Ha començat a navegar per tota l’aplicació buscant algún element que el guiés cap a la pàgina de reserves i finalment ha necessitat ajuda per saber on s’anul·lava.

Subjecte 2

Variables	Tasca 1	Tasca 2	Tasca 3	Tasca 4
Clics	27	2	4	4
Scroll	10	0	2	0
Ruta de navegació	Menú principal ("activitats") > Consultar activitats dirigides > Body Pump en Activitats Dirigides > Perfil > Reserves	Menú principal (Perfil) > Notificacions	Menú principal (Reptes) > Pàgina del repte > Xat del repte	Menú principal > Mur > Nova publicació
Temps per tasca	3 minuts, 18 segons	10 segons	30 segons	5 segons

Annexos 3: Test d’usabilitat

Observacions

El subjecte 3 ha tingut dificultats a la tasca 3, possiblement degudes a limitacions del prototip en Figma. No ha fet scroll un cop unit al repte i no ha aparegut cap notificació visual conforme s’hi havia unit. També ha entrat primer a “Reptes” abans d’accedir a “Notificacions”.

Subjecte 3

Variables	Tasca 1	Tasca 2	Tasca 3	Tasca 4
Clics	12	10	8	4
Scroll	0	4	4	1
Ruta de navegació	Home (Activitats dirigides) > Consultar activitats dirigides > Body Pump en Activitats Dirigides > Perfil > Reserves	Menú principal (Reptes) > Home > Menú principal (Perfil) > Notificacions	Menú principal (Reptes) > Pàgina del repte > Xat del repte	Menú principal > Mur > Nova publicació
Temps per tasca	43 segons	1 minut	1 minut, 28 segons	30 segons

Annexos 3: Test d’usabilitat

Observacions

Dificultats a les tasques 1 i 2. Especialment en la 1, per trobar on anul·lar la reserva. En la tasca 2, dificultat similar a altres usuaris per accedir a notificacions

Subjecte 4

Variables	Tasca 1	Tasca 2	Tasca 3	Tasca 4
Clics	26	7	3	4
Scroll	1111	111	11	1
Ruta de navegació	Menú principal ("activitats") > Consultar horaris activitats dirigides > Body Pump > Perfil > Reserves	Menú principal (Reptes) > Home > Menú principal (Perfil) > Notificacions	Menú principal (Reptes) > Pàgina del repte > Xat del repte	Menú principal > Mur > Nova publicació
Temps per tasca	3 minuts, 9 segons	34 segons	16 segons	18 segons

Annexos 3: Test d’usabilitat - Resultats dels Post-test: NPS i SUS

Resultats del SUS per subjecte

L’objectiu d’aquest estudi és avaluar la usabilitat de l’aplicació mòbil del Gimnàs de Castellar del Vallès, una eina pensada per facilitar la gestió d’activitats, comunicació i participació dels usuaris en reptes i continguts relacionats amb el centre.

Subjecte	Respostes SUS (escala 1-5)	Puntuació SUS
1	4, 4, 3, 4, 3, 3, 4, 3, 4, 4	75,0
2	3, 4, 3, 2, 2, 2, 3, 3, 4, 3	60,0
3	4, 3, 4, 4, 3, 3, 4, 3, 4, 3	72,5
4	3, 3, 2, 3, 2, 2, 3, 3, 3, 2	55,0

Càlcul del SUS:

- Per als ítems imparells (1, 3, 5, 7, 9): cal restar 1 a la puntuació.
- Per als ítems parells (2, 4, 6, 8, 10): cal restar la puntuació a 5.
- Es sumen tots els valors obtinguts i es multiplica per 2,5 per obtenir la puntuació final per subjecte.

Mitjana total del SUS:
(75,0+60,0+72,5+55,0)/4=65,63 /
100(75,0+60,0+72,5+55,0)/4=65,63 / 100

Annexos 3: Test d’usabilitat - Resultats dels Post-test: NPS i SUS

Resultats del NPS

Càlcul del NPS:

- Promotors (9–10): 1 (25%)
- Detractors (0–6): 1 (25%)
- Neutres (7–8): 2 (50%)

Fórmula NPS = %Promotores − %Detractores = 25% − 25% = 0

Subjecte	Puntuació NPS (escala 0–10)	Classificació
1	10	Promotor
2	6	Detractor
3	7	Neutre
4	8	Neutre

Annexos 3: Test d’usabilitat - Conclusions i Recomanacions

Després de realitzar els tests d’usabilitat a quatre usuaris, s’han identificat diversos punts de fricció que dificulten l’experiència d’ús de l’app del gimnàs de Castellar del Vallès. A nivell general, les tasques de reserva d’activitats i participació en reptes van ser les que van presentar més dificultats, especialment entre els usuaris de més edat.

Concretament, el flux de navegació per cancel·lar reserves no és intuïtiu. La majoria d’usuaris van intentar trobar una forma directa d’accedir a les reserves prèvies, però sense èxit, utilitzant camins llargs o incorrectes. Això suggereix que caldria afegir un botó clar i visible de "Les Meves Reserves" directament a la pantalla principal o al menú. A més, seria útil mostrar un estat clar de "reserva confirmada" juntament amb un botó per cancel·lar, simplificant així l’acció.

Un altre punt detectat va ser en la participació en reptes. Alguns usuaris no identificaven clarament si s’havien inscrit al repte ni que existia un xat vinculat.

Això indica que seria recomanable incorporar feedback visual més clar, com una confirmació explícita o un canvi d’estat un cop inscrit, i millorar la visibilitat de funcions com el xat del repte.

L’activació de notificacions va ser una de les tasques més exitoses, sense errors crítics, la qual cosa suggereix que aquest flux està ben resolt. Tot i això, alguns usuaris van accedir-hi des de llocs diferents, per tant es podria estandarditzar per oferir una experiència més coherent.

Pel que fa a la publicació al mur, tots els usuaris van aconseguir completar la tasca, però un d’ells va comentar que el botó de compartir imatge podria estar millor etiquetat o acompanyat d’un icono més representatiu.

A nivell global, el resultat mitjà del SUS (aproximadament 70) indica una usabilitat acceptable però millorable. L’NPS del 0% mostra una manca d’entusiasme per part dels usuaris, fet que implica que encara hi ha feina per fer per convertir-los en promotors entusiastes.

Annexos 3: Test d’usabilitat - Conclusions i Recomanacions

És important remarcar que només s’han testejat 4 usuaris, una mostra massa petita per extreure conclusions generalitzables. Caldria realitzar més proves amb un nombre més gran i divers d’usuaris per validar els resultats i obtenir una visió més representativa.
Es recomana implementar millores concretes en l’arquitectura de navegació, clarificar el feedback visual de les accions completades, i reforçar els onboardings inicials per facilitar la comprensió funcional.
Finalment, seria interessant complementar aquesta avaluació amb un estudi quantitatiu més ampli i amb tests d’usabilitat A/B, que permetin validar les millores futures proposades de manera més robusta.

CONSENTIMENT INFORMAT AL PARTICIPANT

TEST D'USABILITAT de l'aplicació del gimnàs de Castellar del Vallès

Objectiu de l'Estudi: Optimitzar l'eficàcia i la facilitat d'ús de l'aplicació del gimnàs, per tal que els usuaris puguin aprofitar al màxim les eines i funcionalitats disponibles.

El meu nom és: [redacted]

1. Confirma que he llegit i entenc la informació del DOCUMENT DE LA INFORMACIÓ DEL PROJECTE sobre l'estudi referenciat més amunt. He tingut l'oportunitat de considerar la informació, fer preguntes i obtenir respostes satisfactòries a aquestes. ☑
2. Entenc que la meva participació és voluntària i que sóc lliure de deixar l'estudi en qualsevol moment, sense necessitat de donar cap motiu i sense cap tipus de penalització per fer-ho. ☑
3. Entenc que les dades de la recerca registrades durant l'estudi poden ser analitzades per l[redacted]er utilitzades en el marc[redacted]Comunicació Interactiva de la Universitat Autònoma de Barcelona. Dono permís perquè aquestes persones tinguin accés a les meves dades. ☑
4. Comprenc qui tindrà accés a les meves dades personals aportades, com seran tractades i què passarà amb les dades un cop finalitzat el projecte. ☑
5. Comprenc que els resultats dels registres seran utilitzats per redactar conclusions en treballs acadèmics. ☑
6. Comprenc com manifestar una preocupació o presentar una queixa. ☑
7. Estic d'acord a participar en l'estudi referenciat més amunt. ☑

Mitjançant aquest document, confirmo que participo lliurement en aquest estudi.

Nom del Participant: [redacted]

Data: 04-05-2025

Firma: [redacted]

CONSENTIMENT INFORMAT AL PARTICIPANT

TEST D'USABILITAT de l'aplicació del gimnàs de Castellar del Vallès

Objectiu de l'Estudi: Optimitzar l'eficàcia i la facilitat d'ús de l'aplicació del gimnàs, per tal que els usuaris puguin aprofitar al màxim les eines i funcionalitats disponibles.

El meu nom és: [redacted]

1. Confirma que he llegit i entenc la informació del DOCUMENT DE LA INFORMACIÓ DEL PROJECTE sobre l'estudi referenciat més amunt. He tingut l'oportunitat de considerar la informació, fer preguntes i obtenir respostes satisfactòries a aquestes. ☒
2. Entenc que la meva participació és voluntària i que sóc lliure de deixar l'estudi en qualsevol moment, sense necessitat de donar cap motiu i sense cap tipus de penalització per fer-ho. ☒
3. Entenc que les dades de la recerca registrades durant l'estudi poden ser analitzades per l[redacted]utilitzades en el marc[redacted]municació Interactiva de la Universitat Autònoma de Barcelona. Dono permís perquè aquestes persones tinguin accés a les meves dades. ☒
4. Comprenc qui tindrà accés a les meves dades personals aportades, com seran tractades i què passarà amb les dades un cop finalitzat el projecte. ☒
5. Comprenc que els resultats dels registres seran utilitzats per redactar conclusions en treballs acadèmics. ☒
6. Comprenc com manifestar una preocupació o presentar una queixa. ☒
7. Estic d'acord a participar en l'estudi referenciat més amunt. ☒

Mitjançant aquest document, confirmo que participo lliurement en aquest estudi.

Nom del Participant: [redacted]

Data: 4 de Maig 025.

Firma: [redacted]

CONSENTIMENT INFORMAT AL PARTICIPANT

TEST D'USABILITAT de l'aplicació del gimnàs de Castellar del Vallès

Objectiu de l'Estudi: Optimitzar l'eficàcia i la facilitat d'ús de l'aplicació del gimnàs, per tal que els usuaris puguin aprofitar al màxim les eines i funcionalitats disponibles.

El meu nom és: [redacted]

1. Confirma que he llegit i entenc la informació del DOCUMENT DE LA INFORMACIÓ DEL PROJECTE sobre l'estudi referenciat més amunt. He tingut l'oportunitat de considerar la informació, fer preguntes i obtenir respostes satisfactòries a aquestes. ☒
2. Entenc que la meva participació és voluntària i que sóc lliure de deixar l'estudi en qualsevol moment, sense necessitat de donar cap motiu i sense cap tipus de penalització per fer-ho. ☒
3. Entenc que les dades de la recerca registrades durant l'estudi poden ser analitzades per les [redacted] utilitzades en el marc de [redacted] municació Interactiva de la Universitat Autònoma de Barcelona. Dono permís perquè aquestes persones tinguin accés a les meves dades. ☒
4. Comprenc qui tindrà accés a les meves dades personals aportades, com seran tractades i què passarà amb les dades un cop finalitzat el projecte. ☒
5. Comprenc que els resultats dels registres seran utilitzats per redactar conclusions en treballs acadèmics. ☒
6. Comprenc com manifestar una preocupació o presentar una queixa. ☒
7. Estic d'acord a participar en l'estudi referenciat més amunt. ☒

Mitjançant aquest document, confirmo que participo lliurement en aquest estudi.

Nom del Participan[redacted]

Data: 4/05/2025

Firma: [redacted]

CONSENTIMENT INFORMAT AL PARTICIPANT

TEST D'USABILITAT de l'aplicació del gimnàs de Castellar del Vallès

Objectiu de l'Estudi: Optimitzar l'eficàcia i la facilitat d'ús de l'aplicació del gimnàs, per tal que els usuaris puguin aprofitar al màxim les eines i funcionalitats disponibles.

El meu nom és: _____

1. Confirma que he llegit i entenc la informació del DOCUMENT DE LA INFORMACIÓ DEL PROJECTE sobre l'estudi referenciat més amunt. He tingut l'oportunitat de considerar la informació, fer preguntes i obtenir respostes satisfactòries a aquestes. ☒
2. Entenc que la meva participació és voluntària i que sóc lliure de deixar l'estudi en qualsevol moment, sense necessitat de donar cap motiu i sense cap tipus de penalització per fer-ho. ☒
3. Entenc que les dades de la recerca registrades durant l'estudi poden ser analitzades per les [redacted] utilitzades en el marc de [redacted] municació Interactiva de la Universitat Autònoma de Barcelona. Dono permís perquè aquestes persones tinguin accés a les meves dades. ☒
4. Comprenc qui tindrà accés a les meves dades personals aportades, com seran tractades i què passarà amb les dades un cop finalitzat el projecte. ☒
5. Comprenc que els resultats dels registres seran utilitzats per redactar conclusions en treballs acadèmics. ☒
6. Comprenc com manifestar una preocupació o presentar una queixa. ☒
7. Estic d'acord a participar en l'estudi referenciat més amunt. ☒

Mitjançant aquest document, confirmo que participo lliurement en aquest estudi.

Nom del Participant: [redacted]

Data: 04/05/2025

Firma: [redacted]

Afirmació	Totalment en desacord	En desacord	Neutral	D'acord	Totalment d'acord
M'agradaria utilitzar aquesta app sovint.			X		
He trobat l'app innecessàriament complexa.				X	
M'ha semblat fàcil d'utilitzar.			X		
Crec que necessitaria ajuda per utilitzar aquesta app.				X	
Les funcionalitats estan ben integrades.				X	
He trobat massa inconsistències.			X		
Imagino que la majoria de gent aprendria a usar-la ràpidament.		X			
He trobat l'app molt complicada.			X		
M'he sentit segur/a utilitzant-la.				X	
He hagut d'aprendre moltes coses abans de començar.		X			

Qüestionari post-test Net Promoter Score (NPS)

Subjecte:

En una escala del 0 al 10, quin és el grau de probabilitat que recomanessis aquesta app del gimnàs a un amic o conegut?

CAP MOLT

0	1	2	3	4	5	6	(7)	8	9	10

Com podríem millorar la teva experiència amb l'app?

UNA PRIMERA PANTALLA QUE DESGLOSE O EXPLIQUI LES FUNCIONS BÀSIQUES DELA APP.

Afirmació	Totalment en desacord	En desacord	Neutral	D'acord	Totalment d'acord
M'agradaria utilitzar aquesta app sovint.					X
He trobat l'app innecessàriament complexa.	X				
M'ha semblat fàcil d'utilitzar.					X
Crec que necessitaria ajuda per utilitzar aquesta app.	X				
Les funcionalitats estan ben integrades.					X
He trobat massa inconsistències.	X				
Imagino que la majoria de gent aprendria a usar-la ràpidament.					X
He trobat l'app molt complicada.	X				
M'he sentit segur/a utilitzant-la.					X
He hagut d'aprendre moltes coses abans de començar.	X				

Qüestionari post-test Net Promoter Score (NPS)

Subjecte: 1

En una escala del 0 al 10, quin és el grau de probabilitat que recomanessis aquesta app del gimnàs a un amic o conegut?

CAP MOLT

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	~~10~~

Com podríem millorar la teva experiència amb l'app?

Per mi estar correcta.

Afirmació	Totalment en desacord	En desacord	Neutral	D'acord	Totalment d'acord
M'agradaria utilitzar aquesta app sovint.			X		
He trobat l'app innecessàriament complexa.		X			
M'ha semblat fàcil d'utilitzar.					X
Crec que necessitaria ajuda per utilitzar aquesta app.	X				
Les funcionalitats estan ben integrades.				X	
He trobat massa inconsistències.	X				
Imagino que la majoria de gent aprendria a usar-la ràpidament.				X	
He trobat l'app molt complicada.	X				
M'he sentit segur/a utilitzant-la.					X
He hagut d'aprendre moltes coses abans de començar.	X				

Qüestionari post-test Net Promoter Score (NPS)

Subjecte: 2

En una escala del 0 al 10, quin és el grau de probabilitat que recomanessis aquesta app del gimnàs a un amic o conegut?

CAP MOLT

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
						X				

Com podríem millorar la teva experiència amb l'app?

- Incluir marques de pes personal en les màquines del gym i que la gent pugui visualitzar-ho.
- Incluir pestanya de reserves a "perfil" per poder cancelar la reserva anteriorment realitzada

Afirmació	Totalment en desacord	En desacord	Neutral	D'acord	Totalment d'acord
M'agradaria utilitzar aquesta app sovint.				X	
He trobat l'app innecessàriament complexa.		X			
M'ha semblat fàcil d'utilitzar.				X	
Crec que necessitaria ajuda per utilitzar aquesta app.	X				
Les funcionalitats estan ben integrades.				X	
He trobat massa inconsistències.		X			
Imagino que la majoria de gent aprendria a usar-la ràpidament.					X
He trobat l'app molt complicada.	X				
M'he sentit segur/a utilitzant-la.				X	
He hagut d'aprendre moltes coses abans de començar.	X				

Qüestionari post-test Net Promoter Score (NPS)

Subjecte:

En una escala del 0 al 10, quin és el grau de probabilitat que recomanessis aquesta app del gimnàs a un amic o conegut?

CAP MOLT

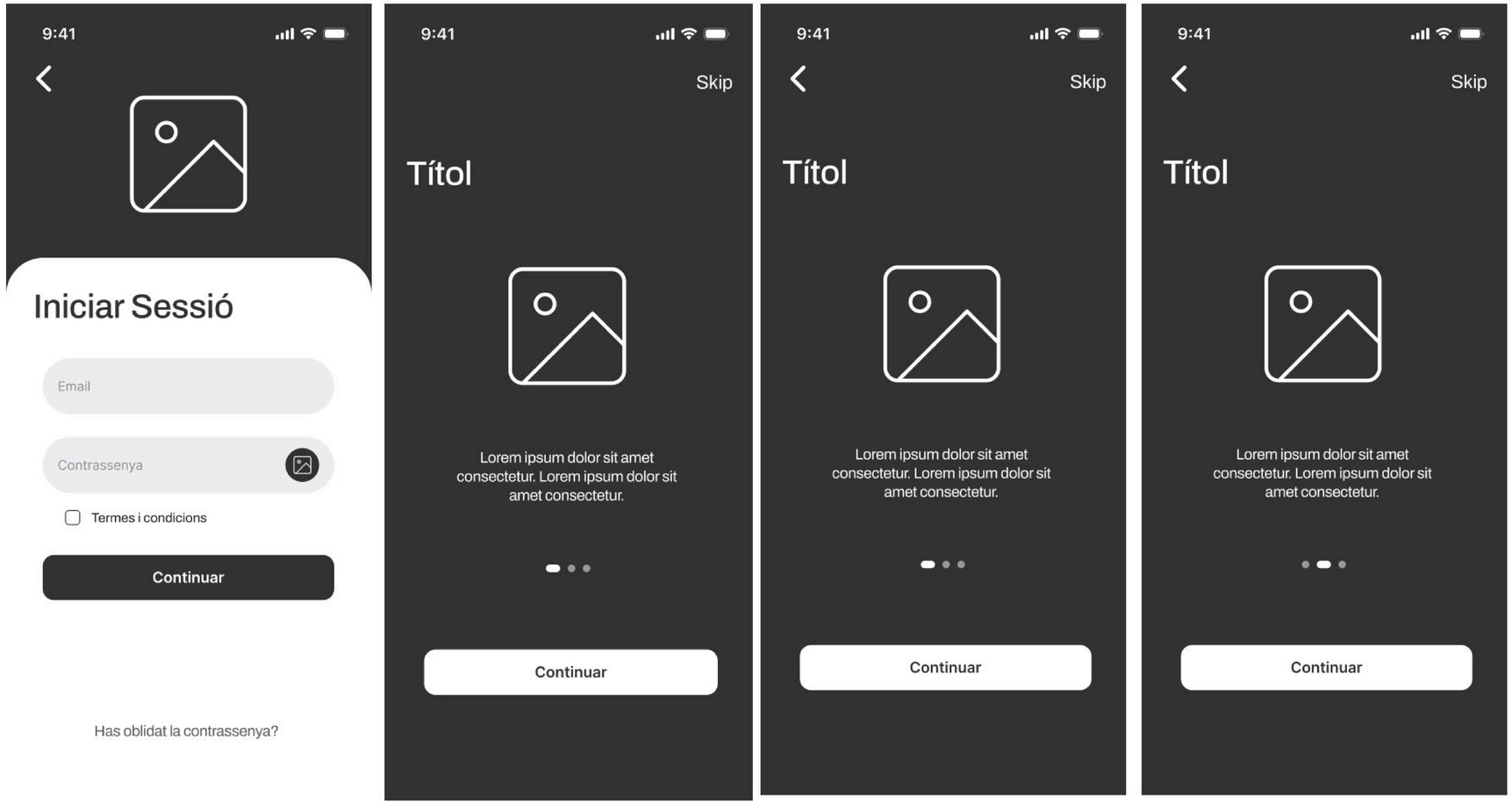
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Com podríem millorar la teva experiència amb l'app?

Per gent que comença a utilitzar la app, explicar quines funcionalitats pots fer dins de cada menú.

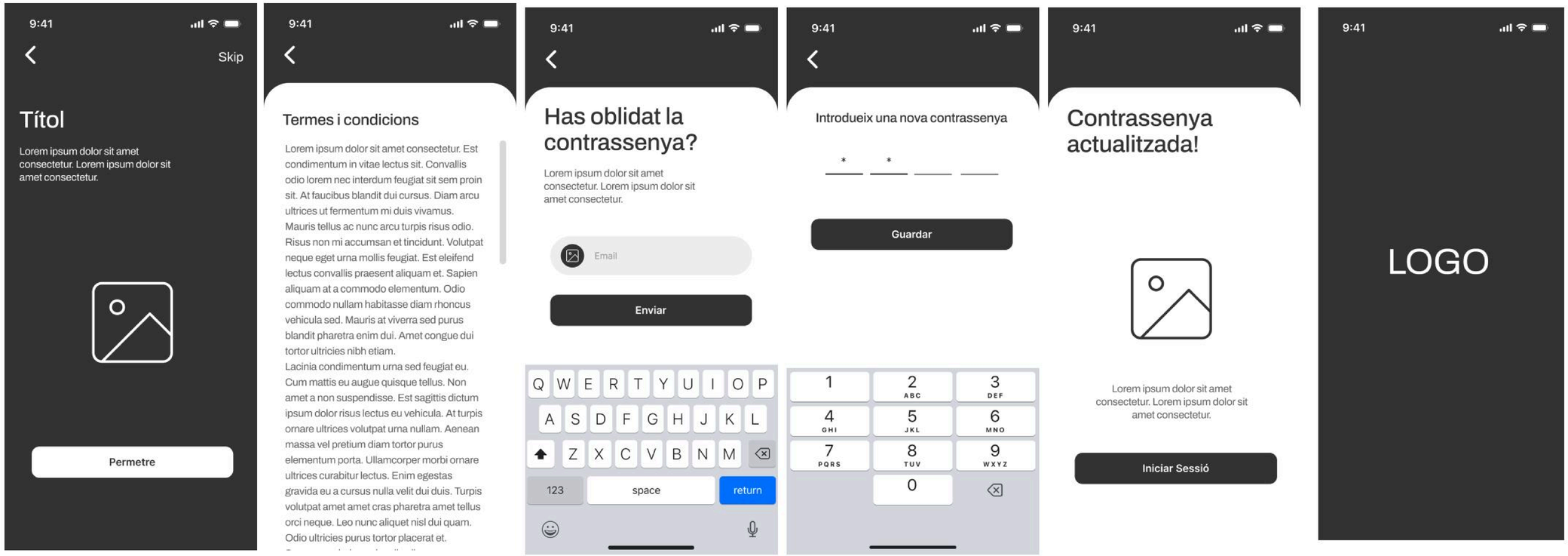
Annexos 4: Wireframes

Log in & Onboarding



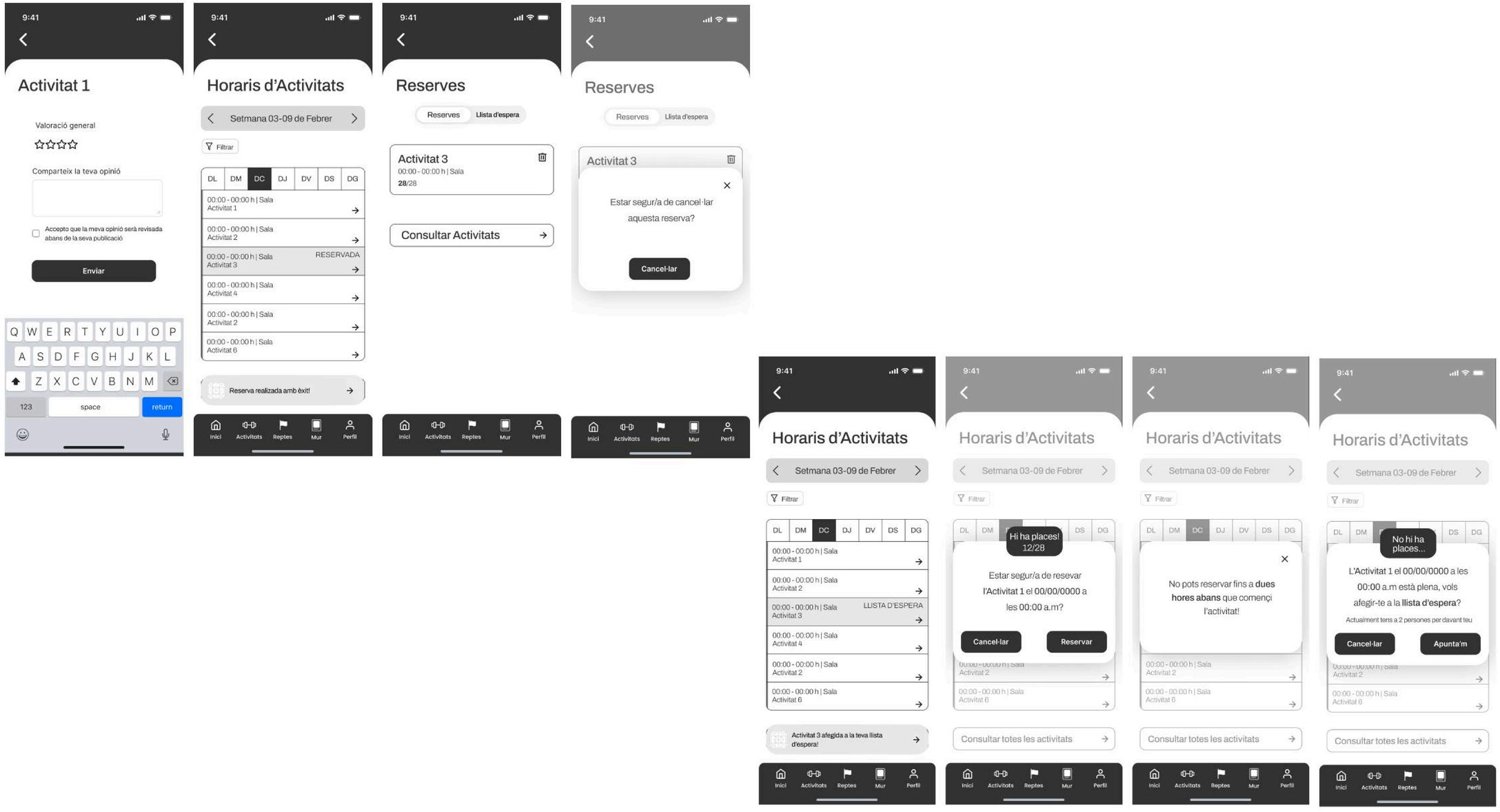
Annexos 4: Wireframes

Log in & Onboarding



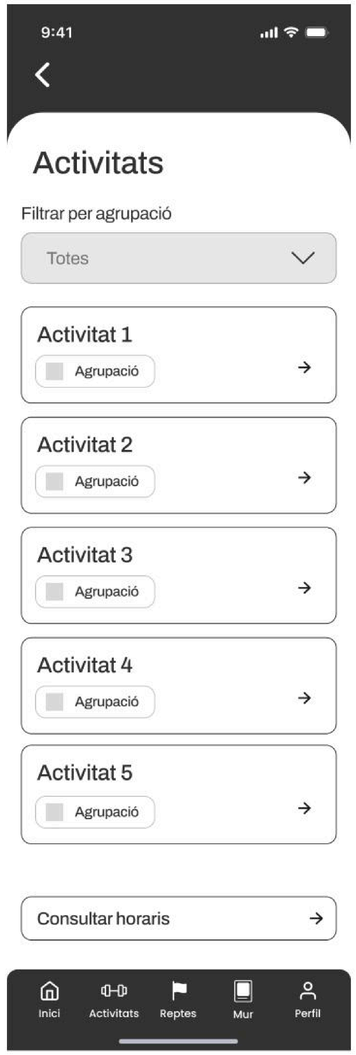
Annexos 4: Wireframes

Activitats dirigides



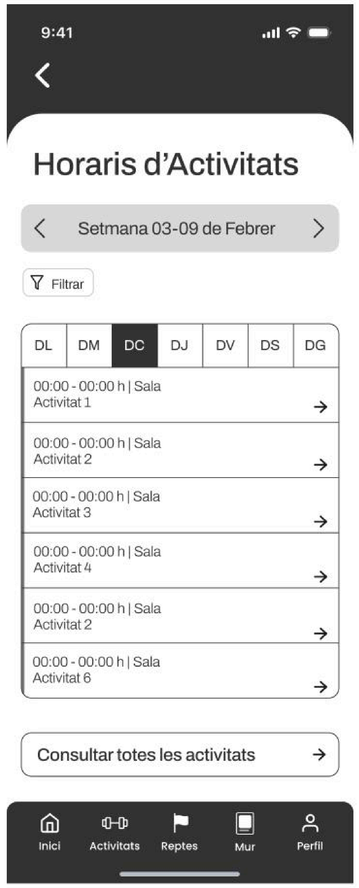
Annexos 4: Wireframes

Activitats dirigides



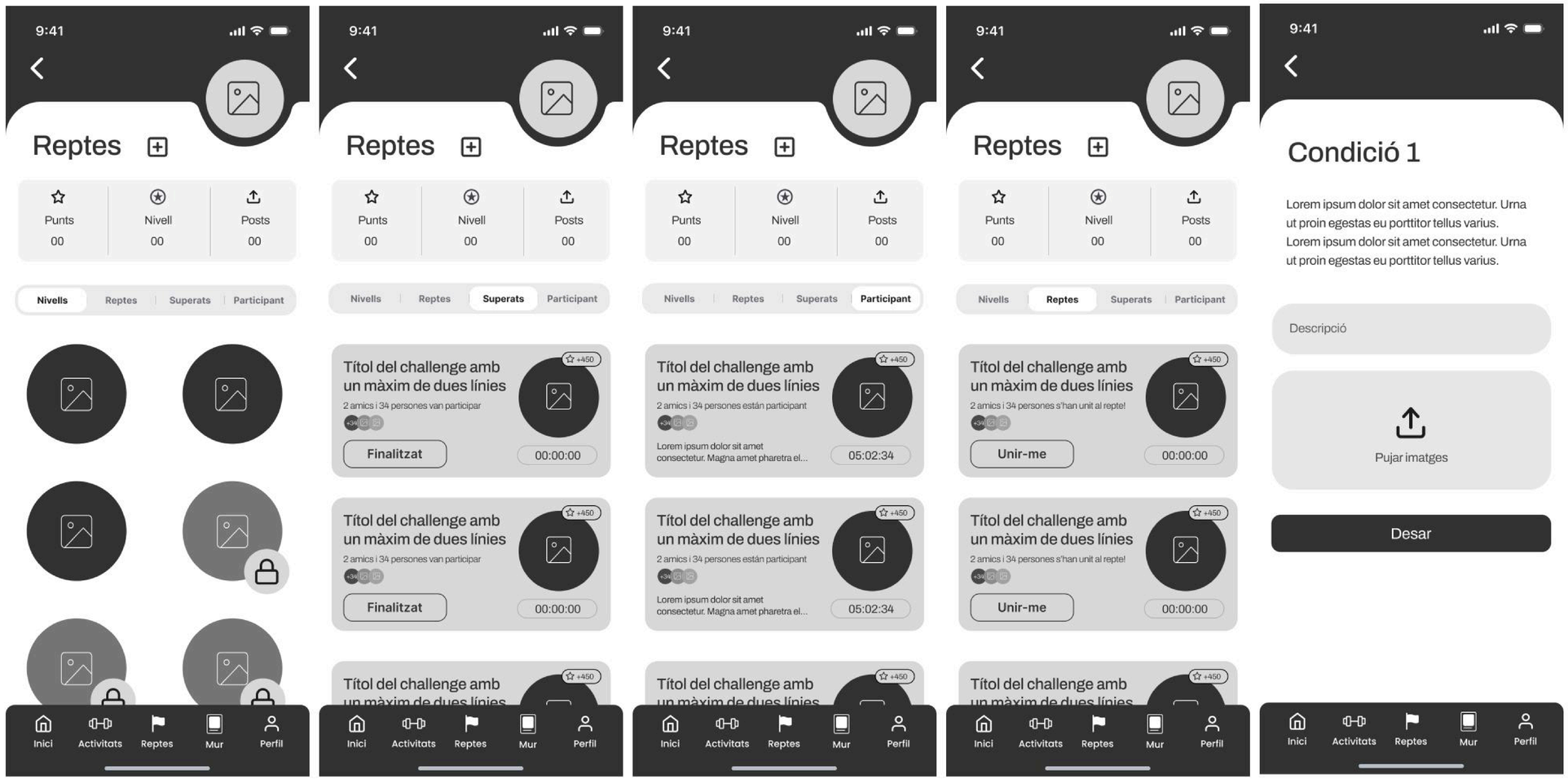






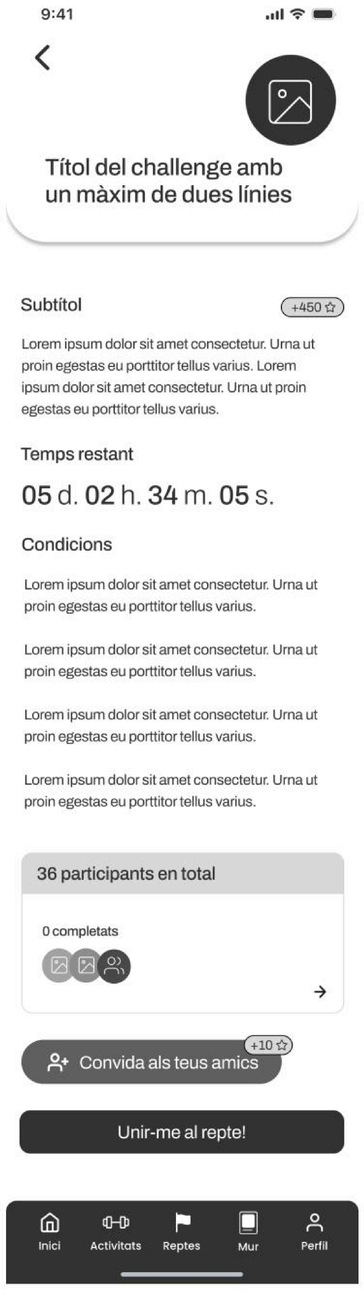
Annexos 4: Wireframes

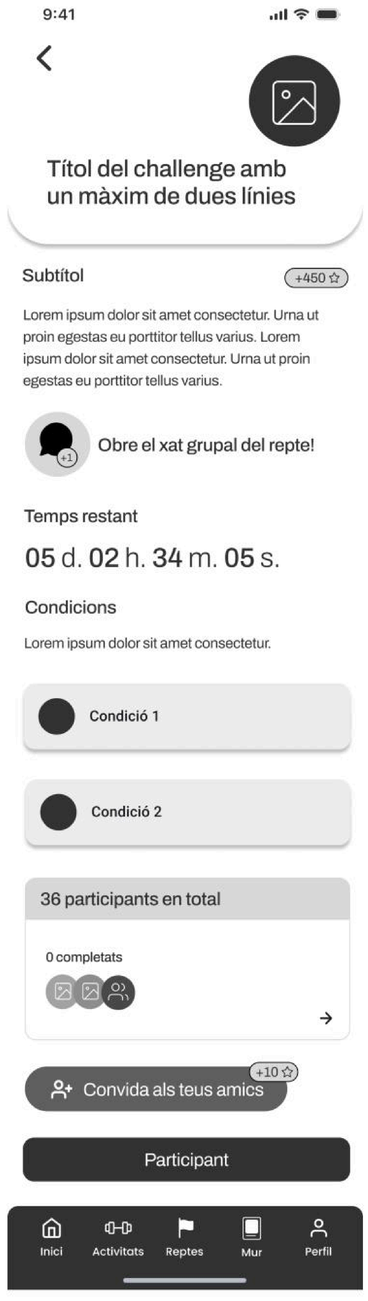
Reptes

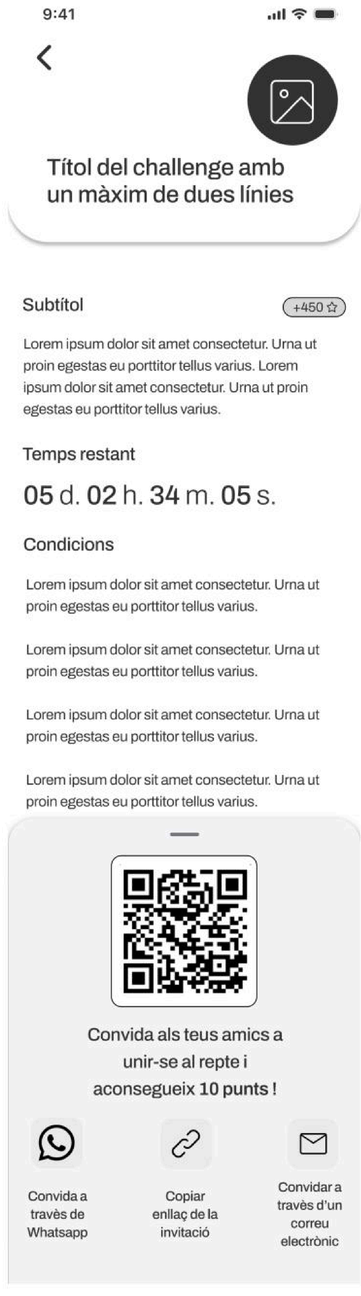


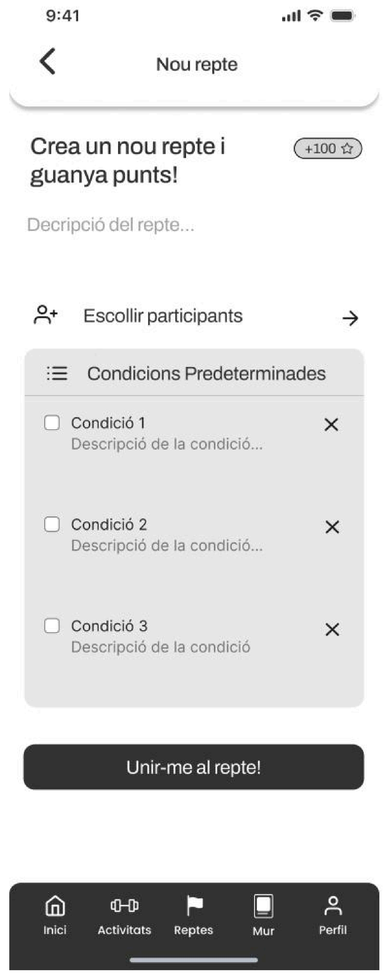
Annexos 4: Wireframes

Reptes



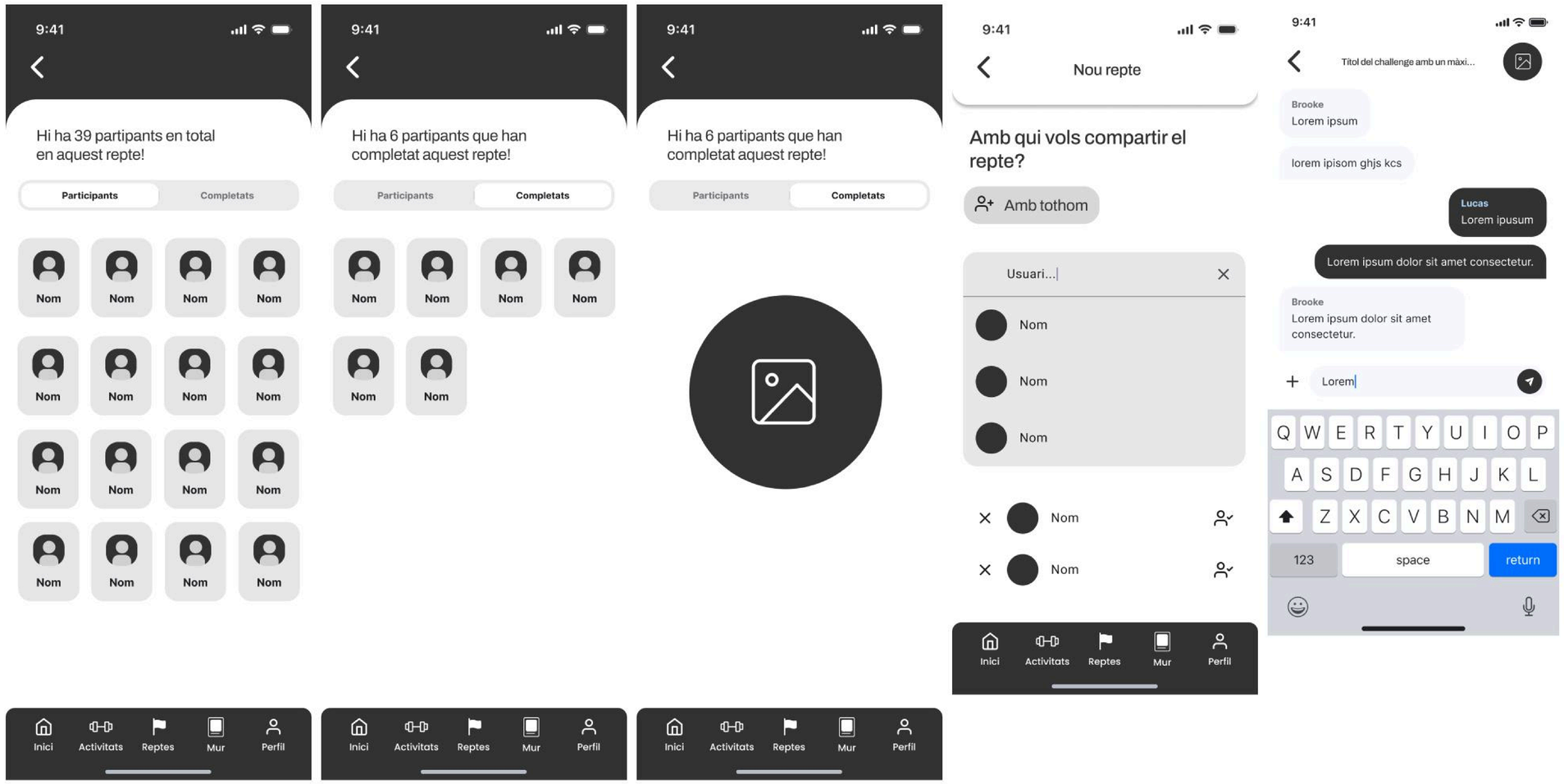






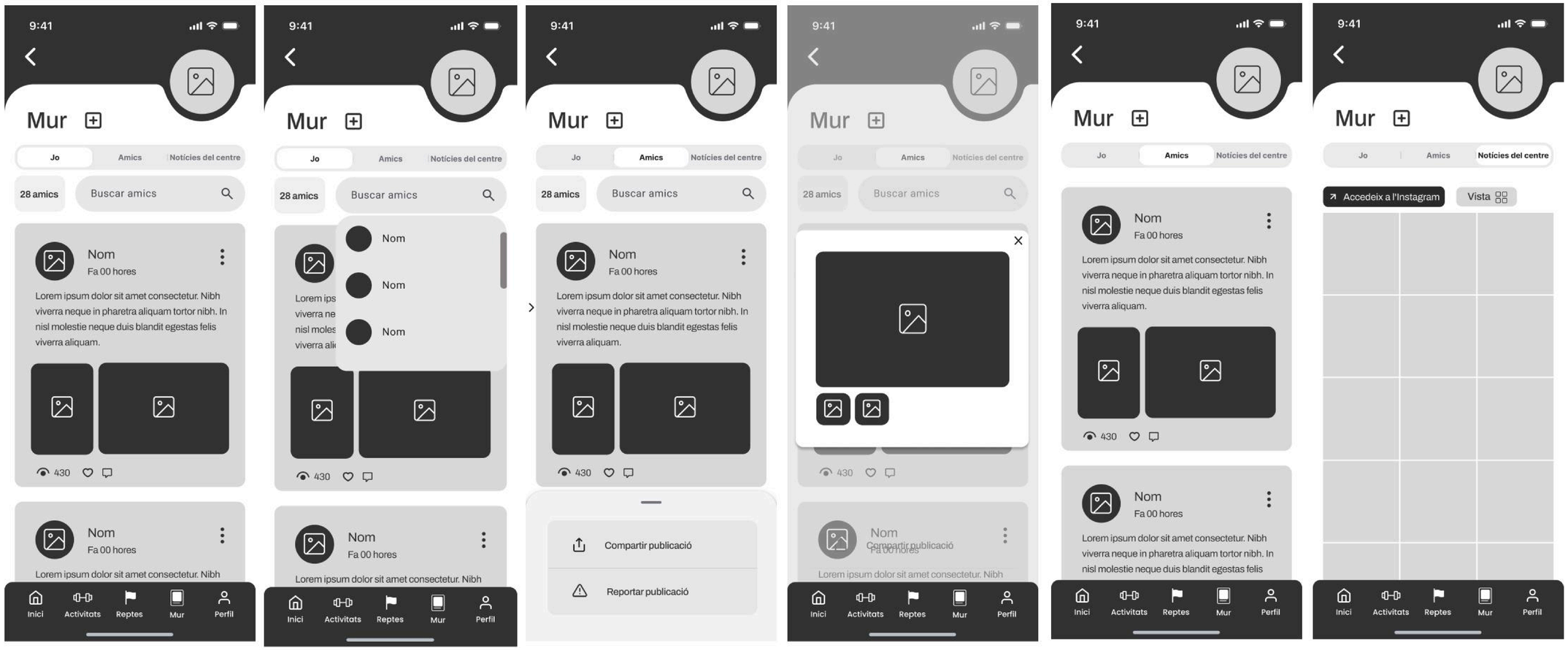
Annexos 4: Wireframes

Reptes



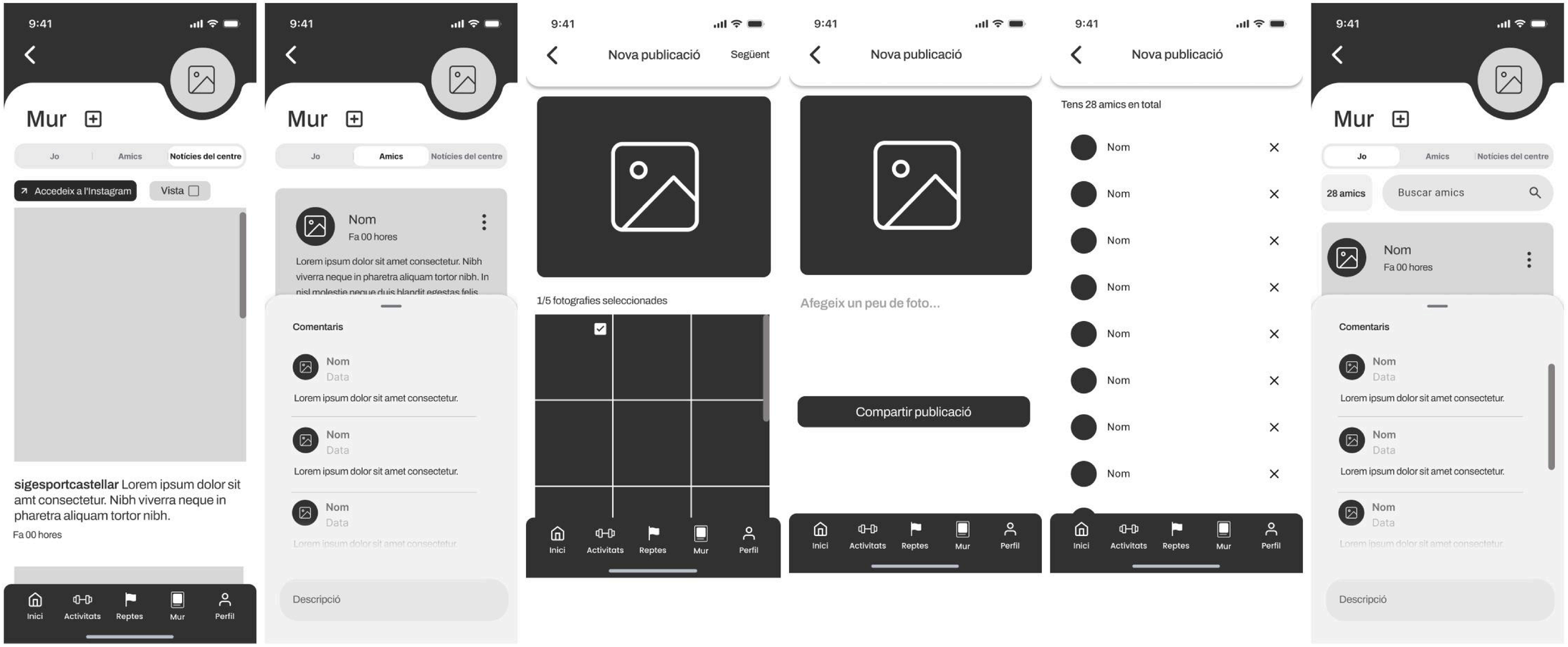
Annexos 4: Wireframes

Mur



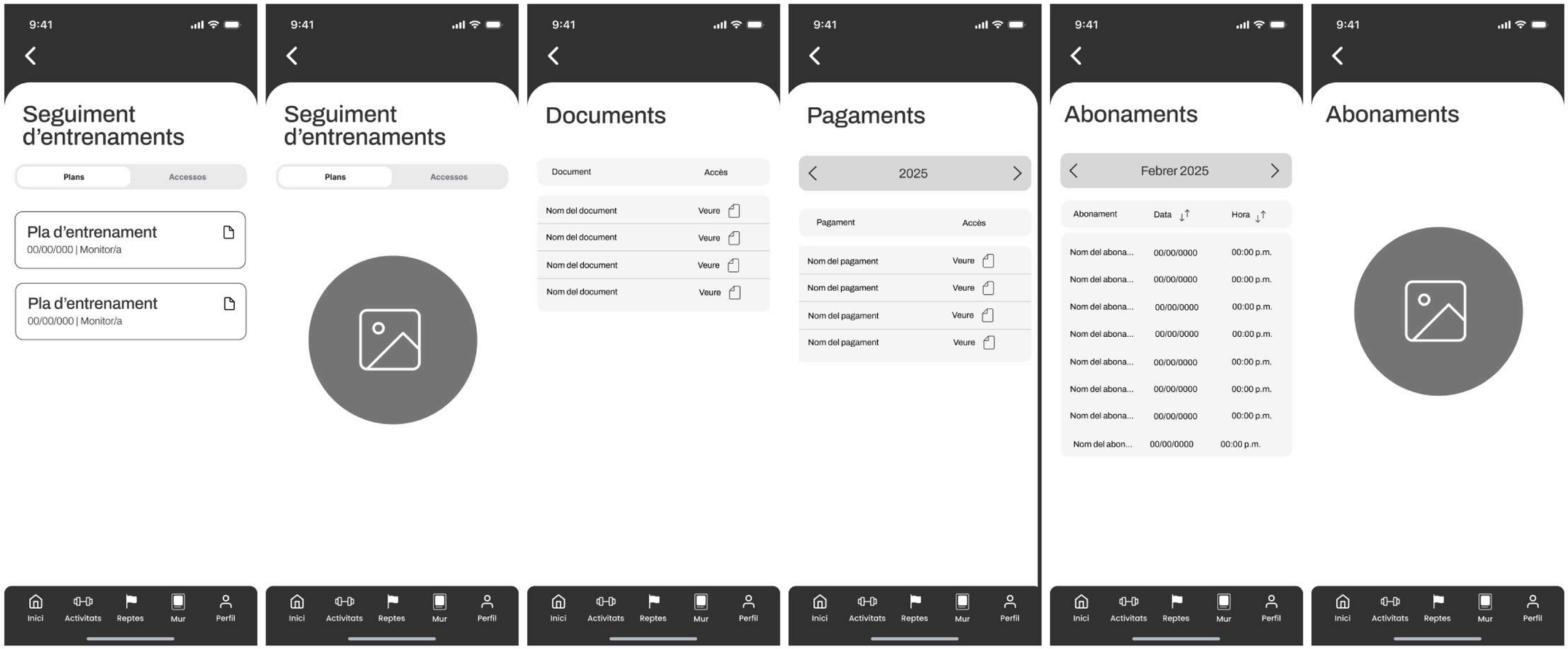
Annexos 4: Wireframes

Mur



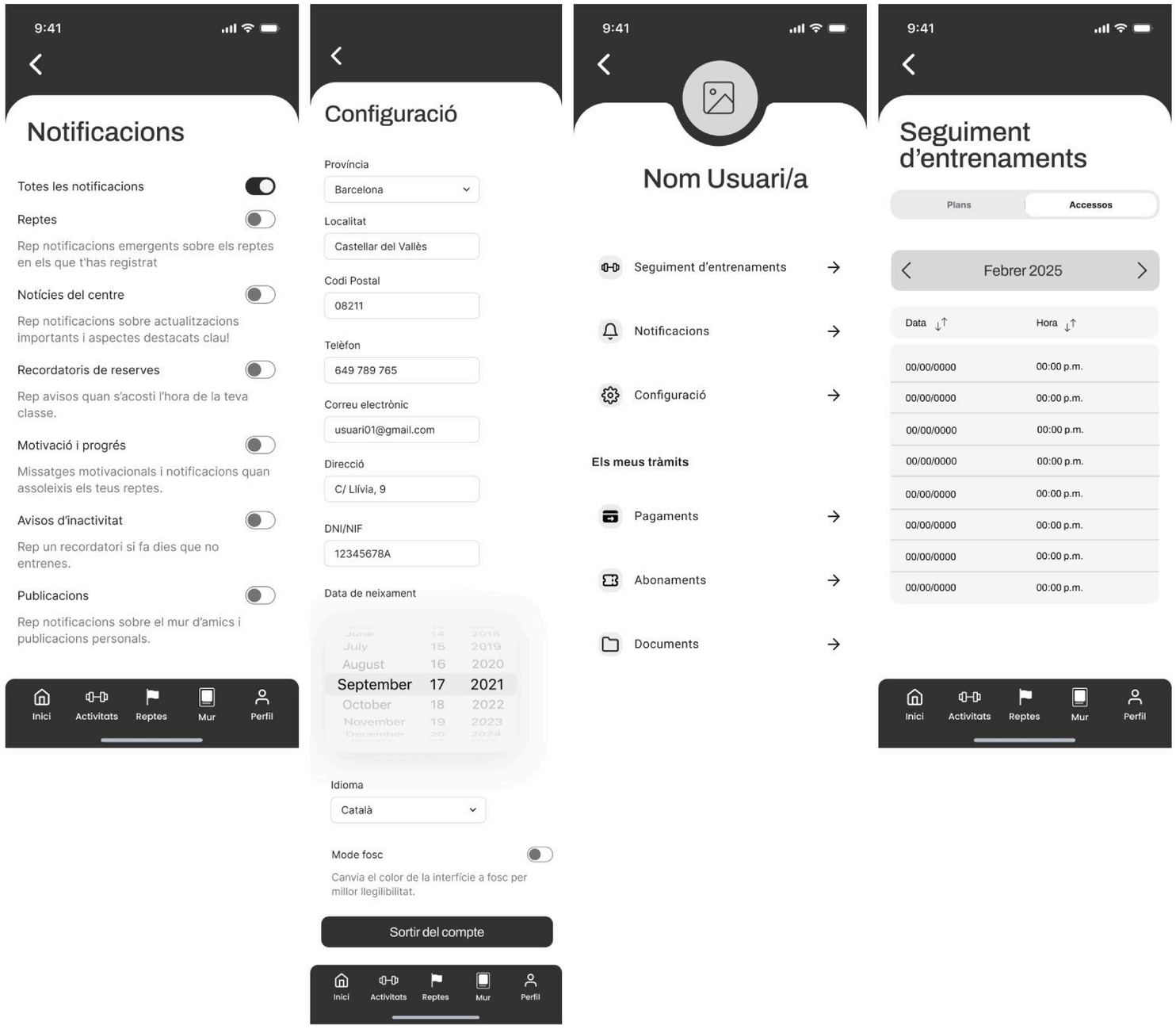
Annexos 4: Wireframes

Perfil



Annexos 4: Wireframes

Perfil



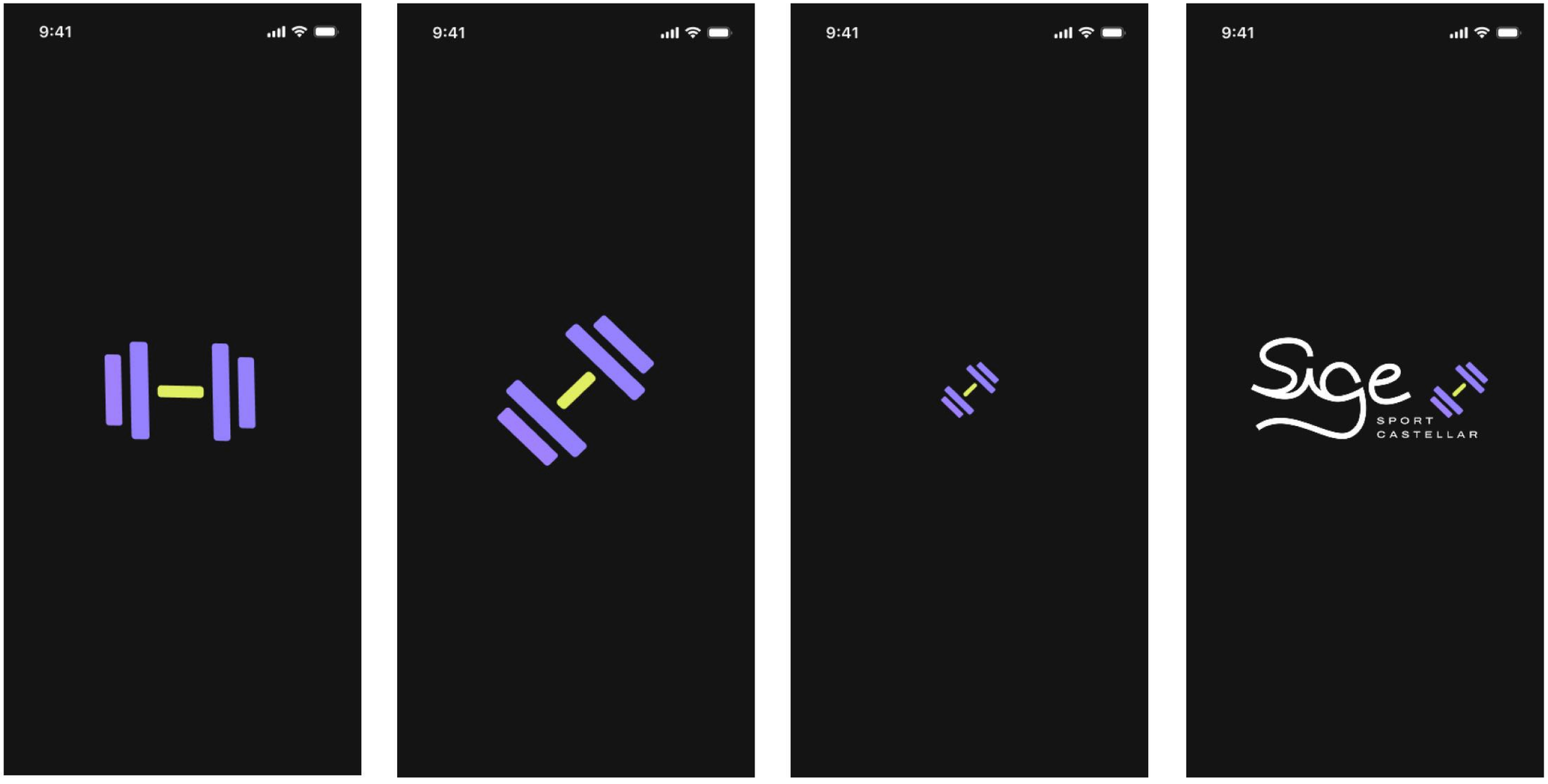
Annexos 4: Wireframes

Pàgina d'inici



Annexos 5: Pàgines del prototip

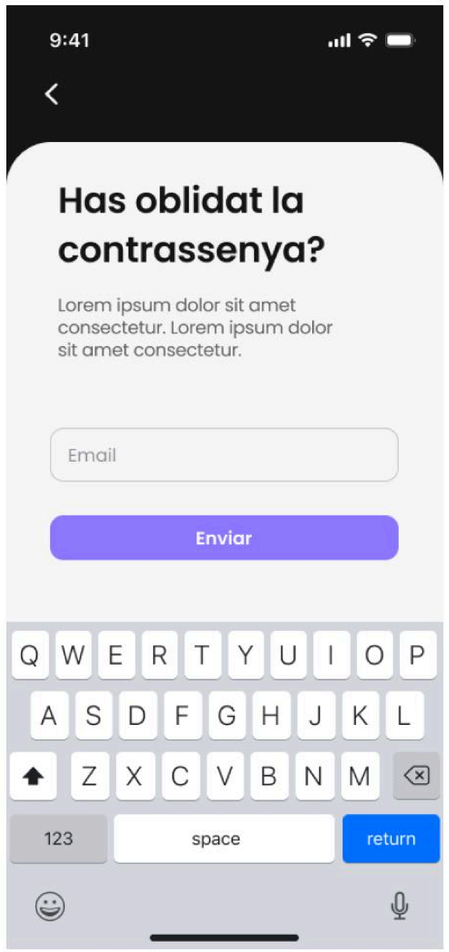
Log in & Onboarding

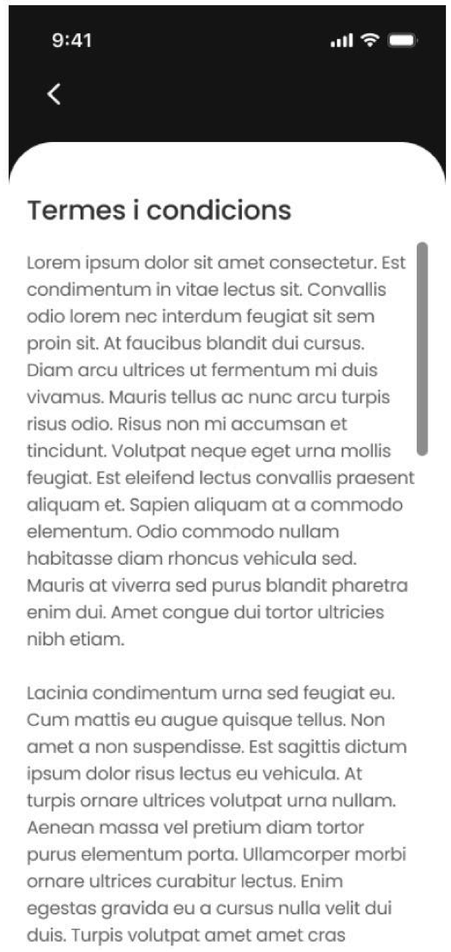


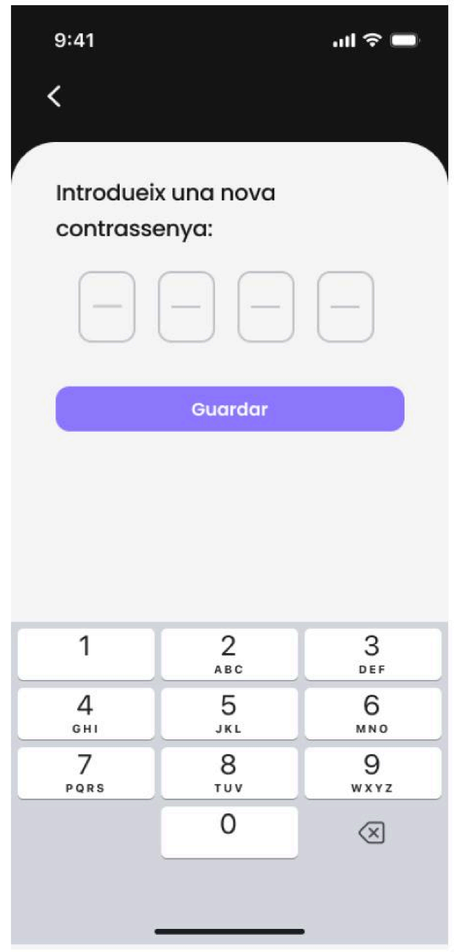
Annexos 5: Pàgines del prototip

Log in & Onboarding









Annexos 5: Pàgines del prototip

Log in & Onboarding





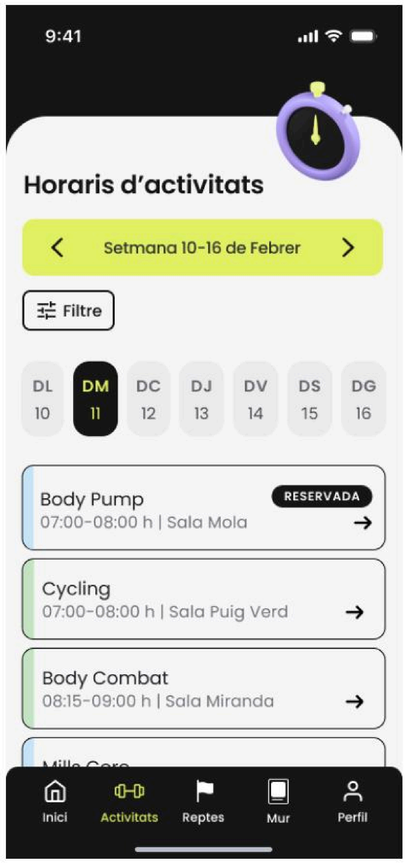




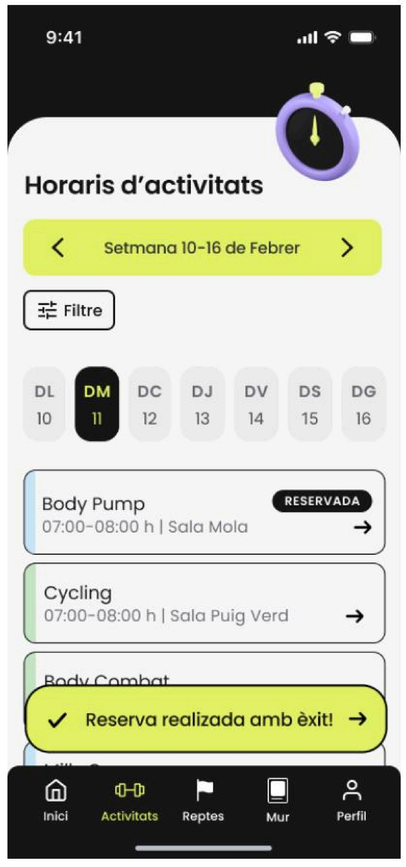


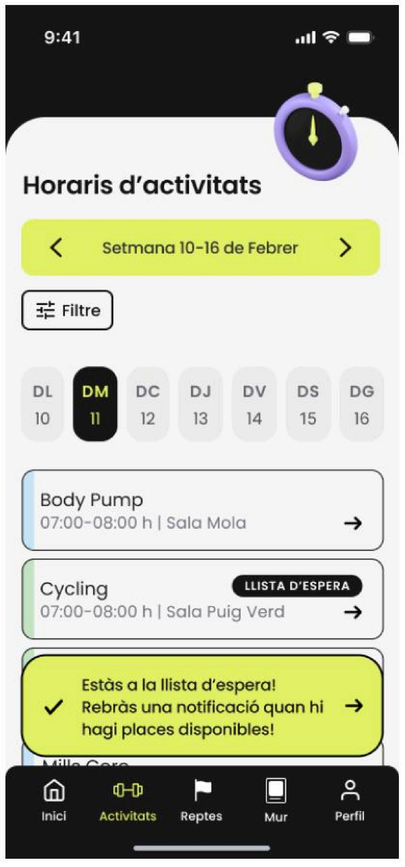
Annexos 5: Pàgines del prototip

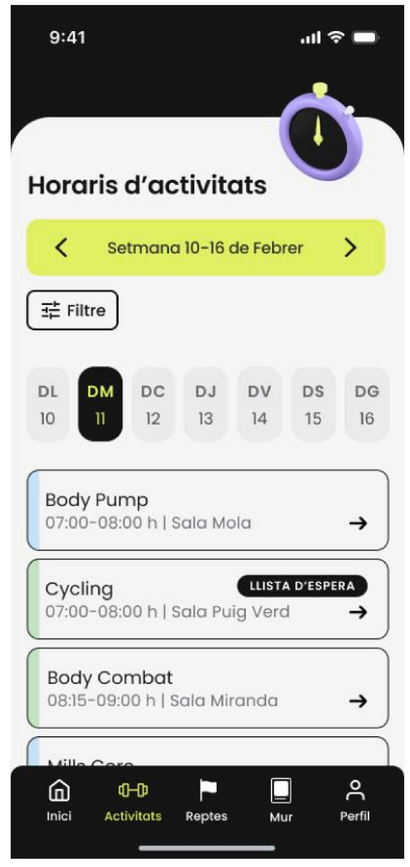
Activitats dirigides









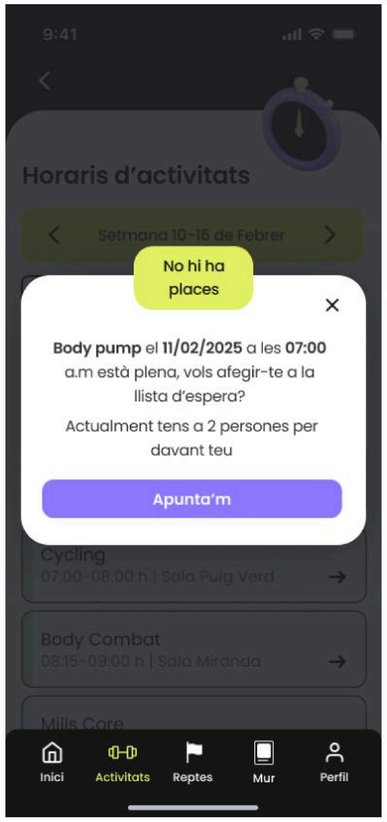


Annexos 5: Pàgines del prototip

Activitats dirigides





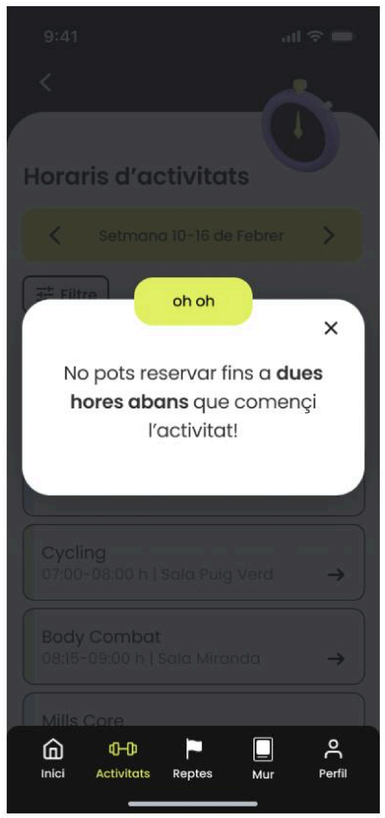


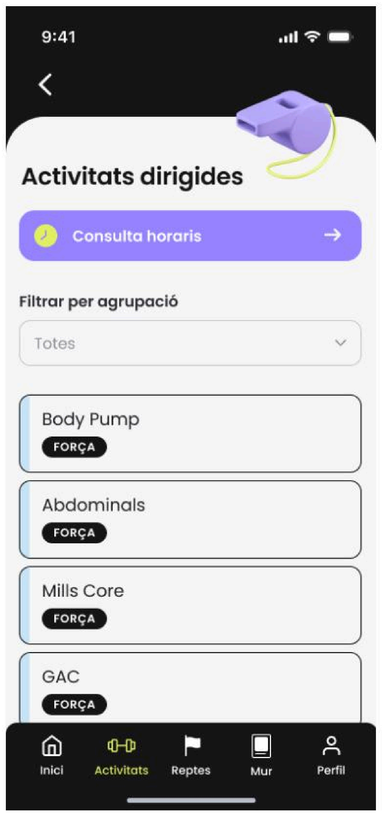


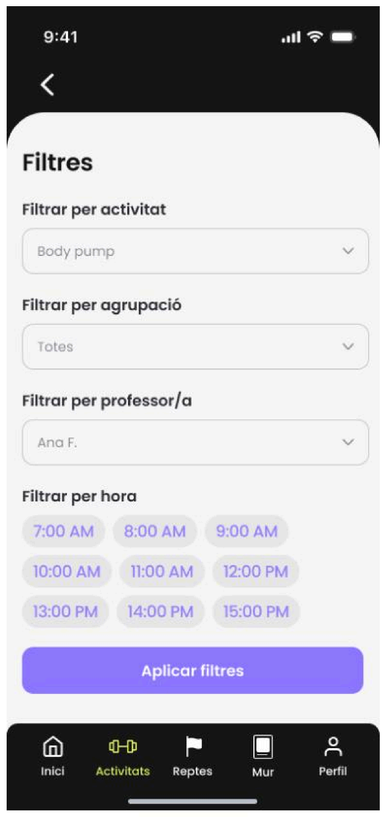


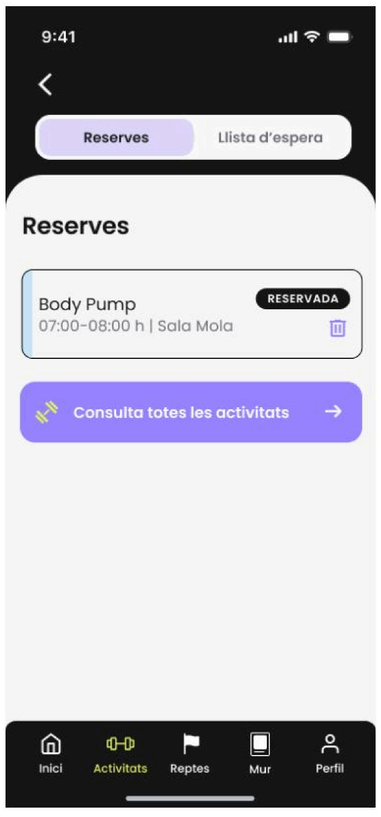
Annexos 5: Pàgines del prototip

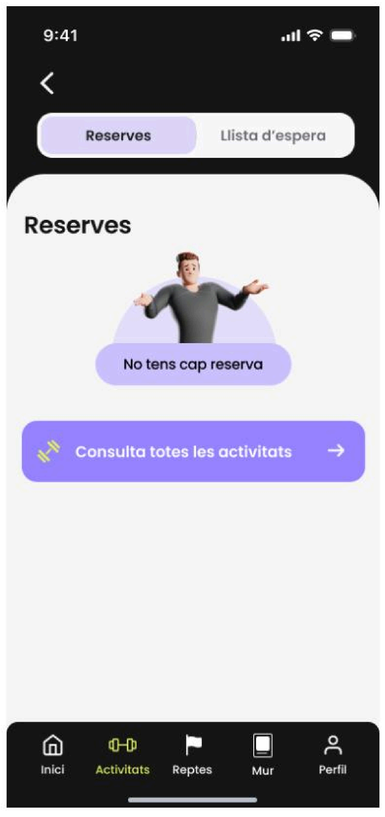
Activitats dirigides





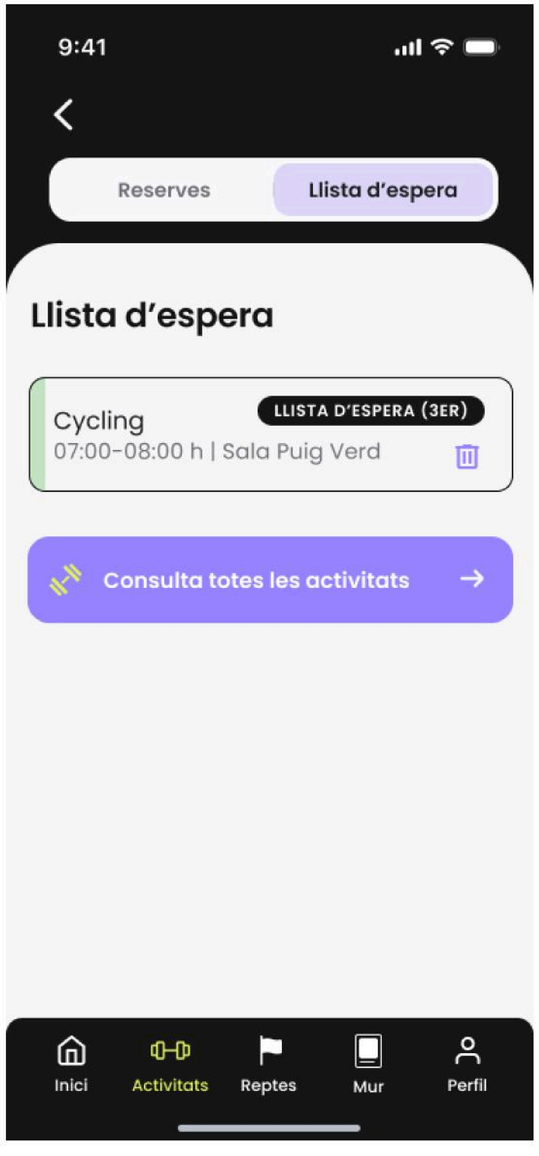


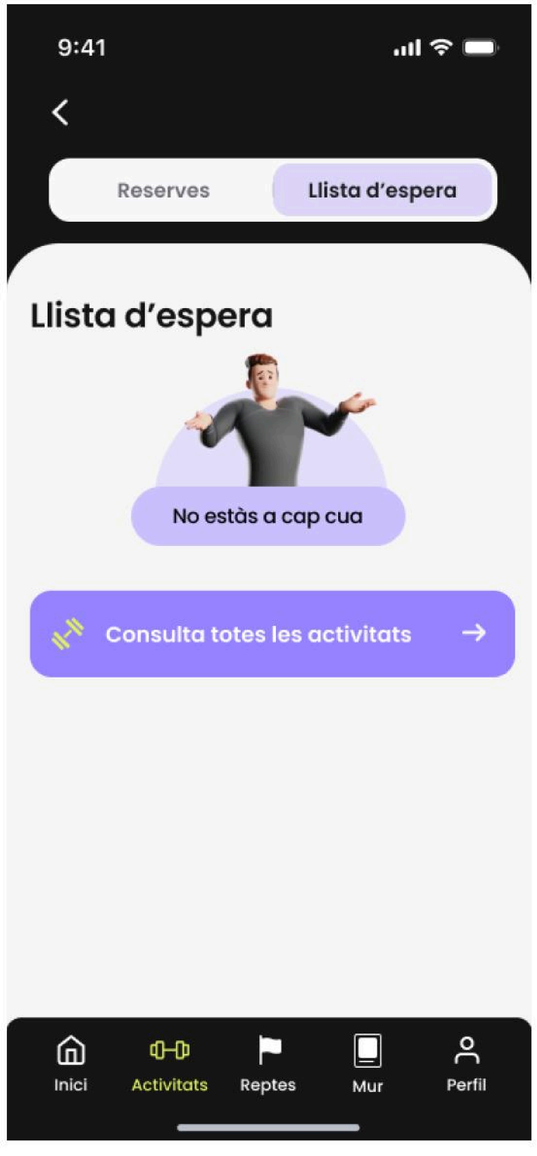


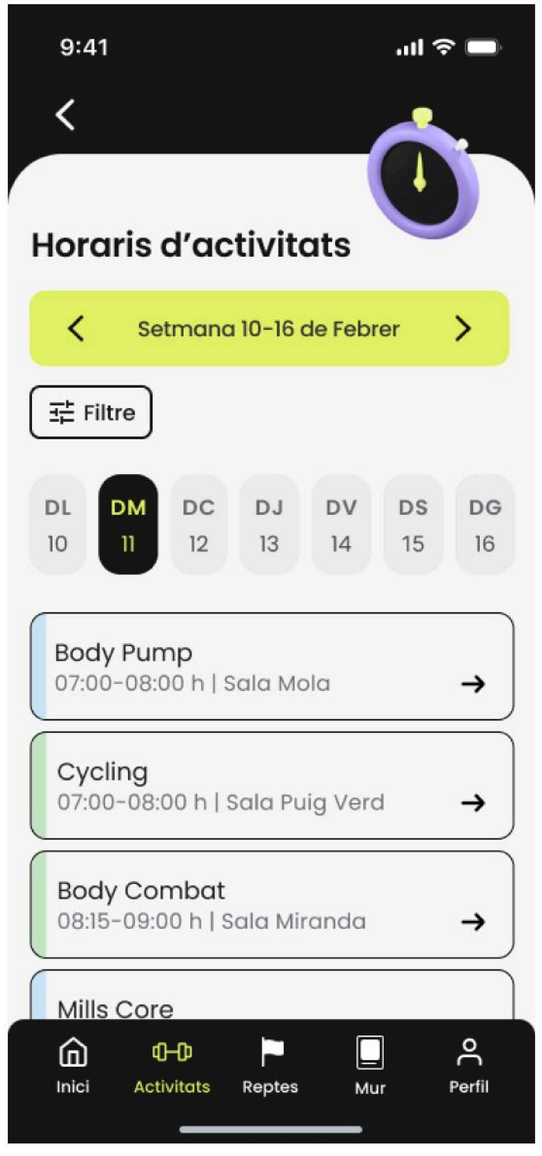


Annexos 5: Pàgines del prototip

Activitats dirigides

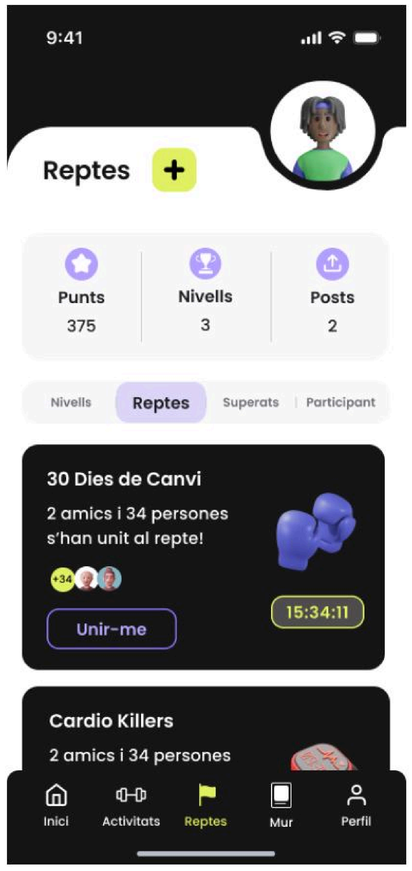


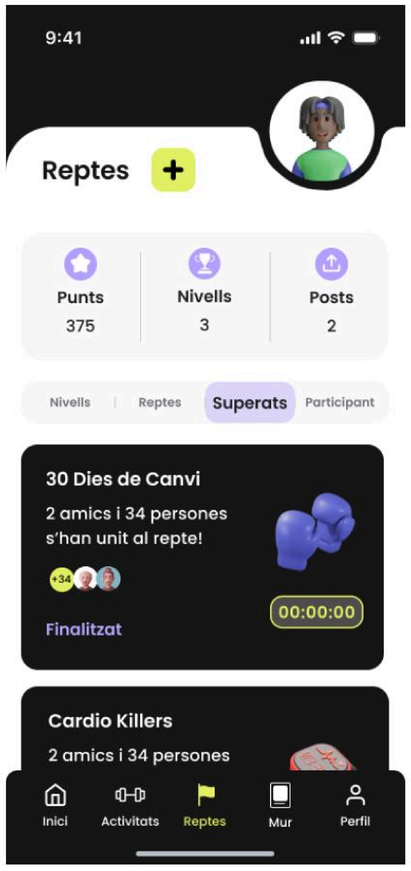


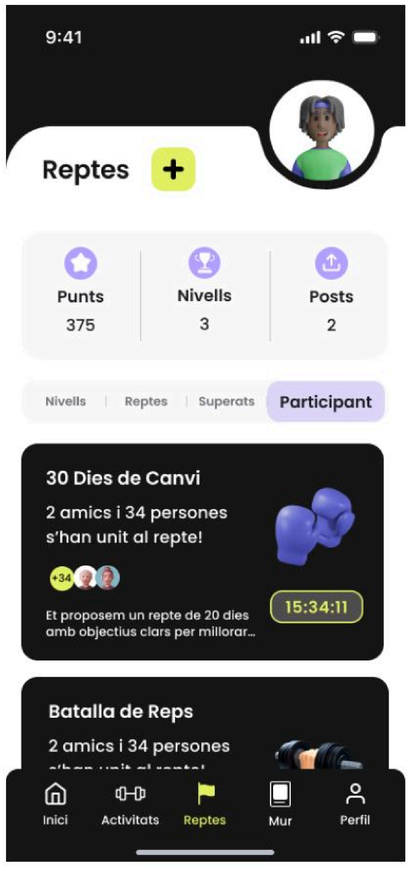


Annexos 5: Pàgines del prototip

Reptes







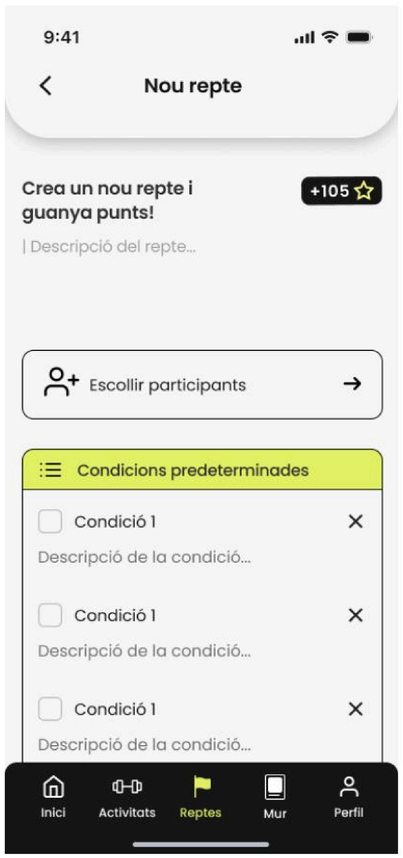


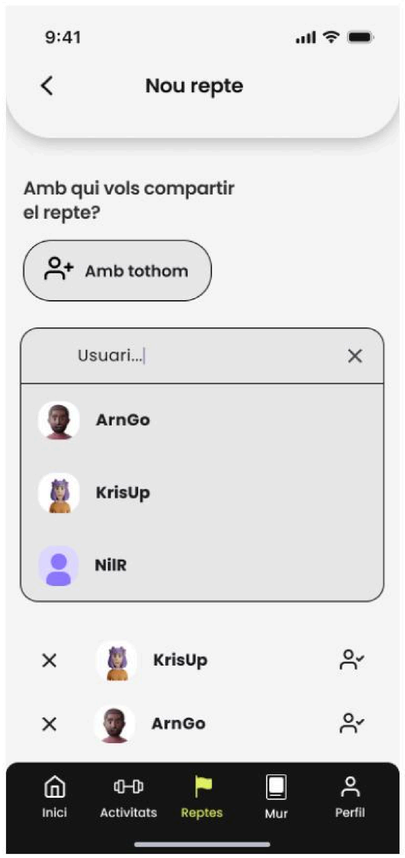


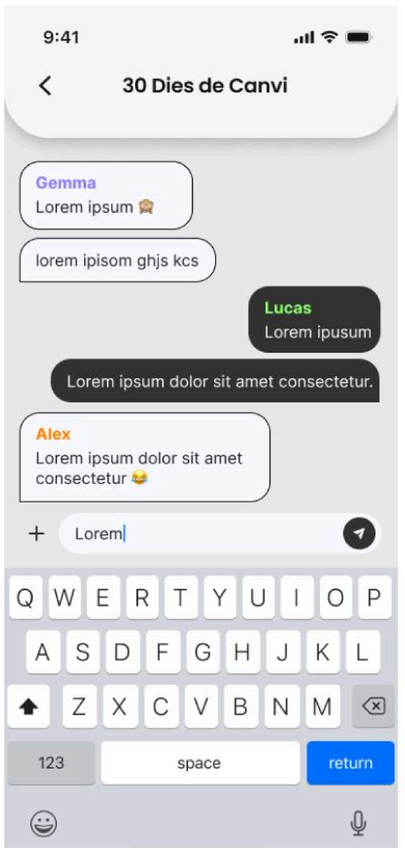
Annexos 5: Pàgines del prototip

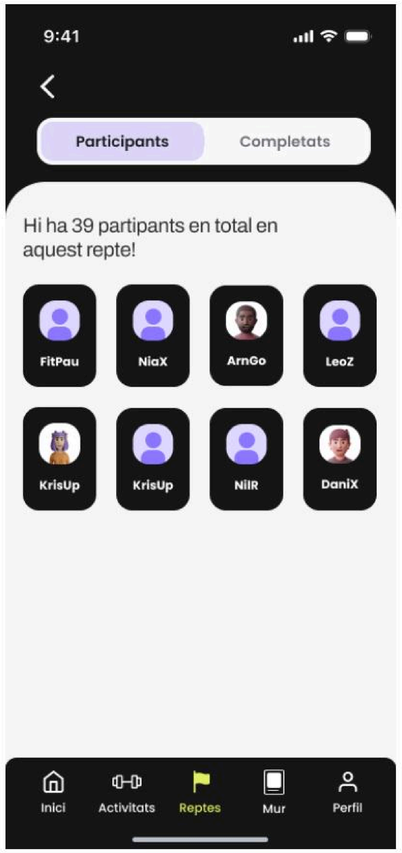
Reptes





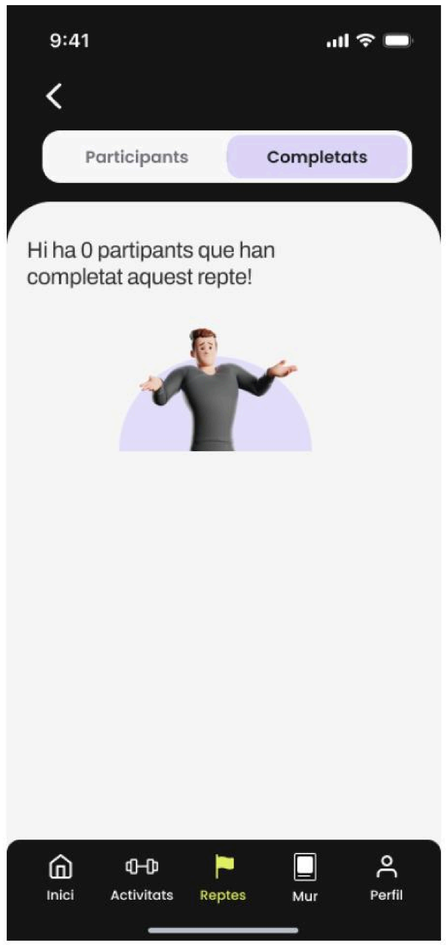


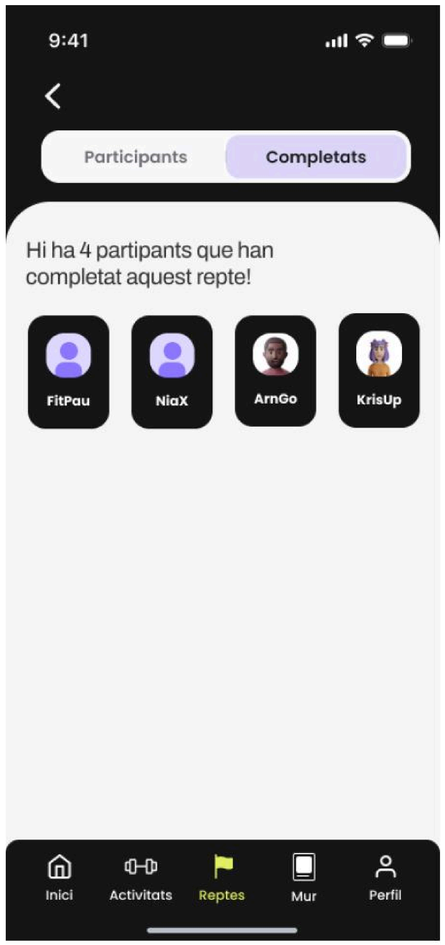


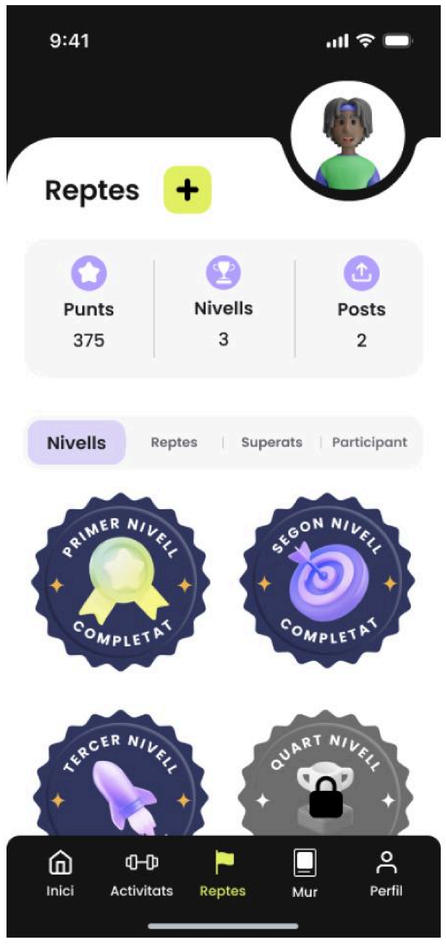


Annexos 5: Pàgines del prototip

Reptes





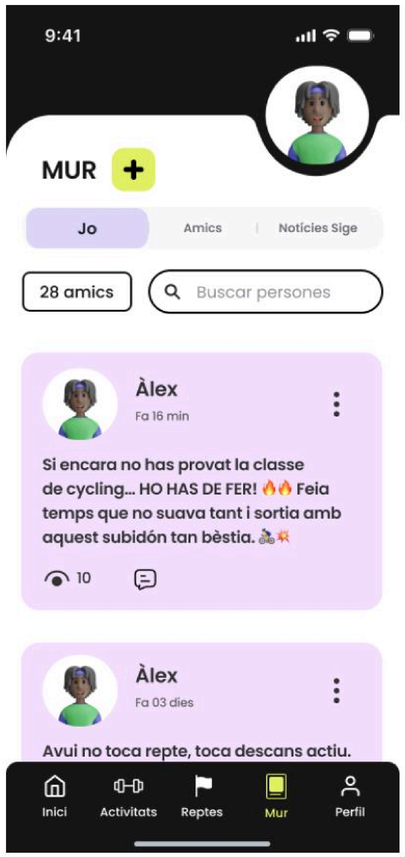


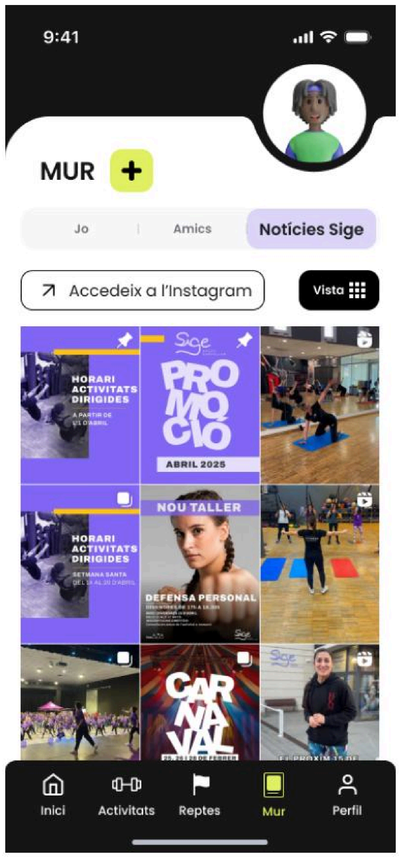
Annexos 5: Pàgines del prototip

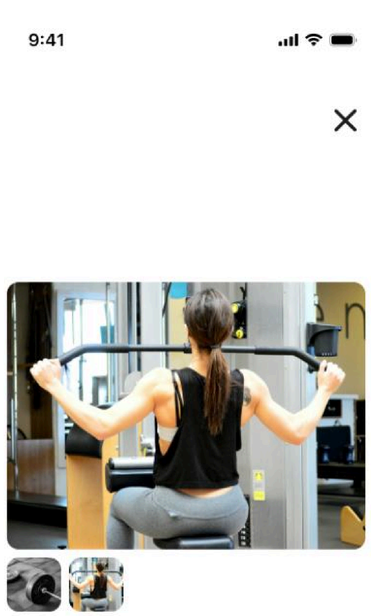
Mur





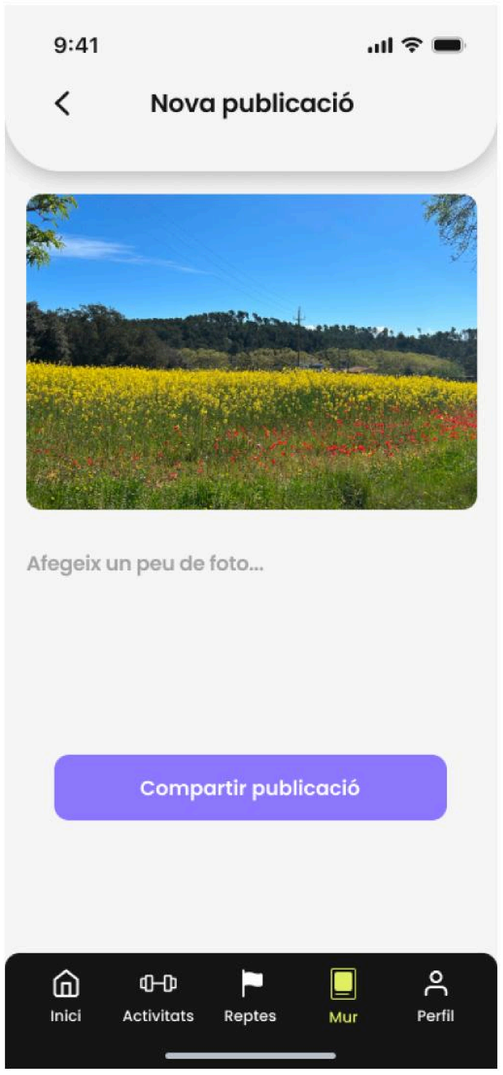






Annexos 5: Pàgines del prototip

Mur



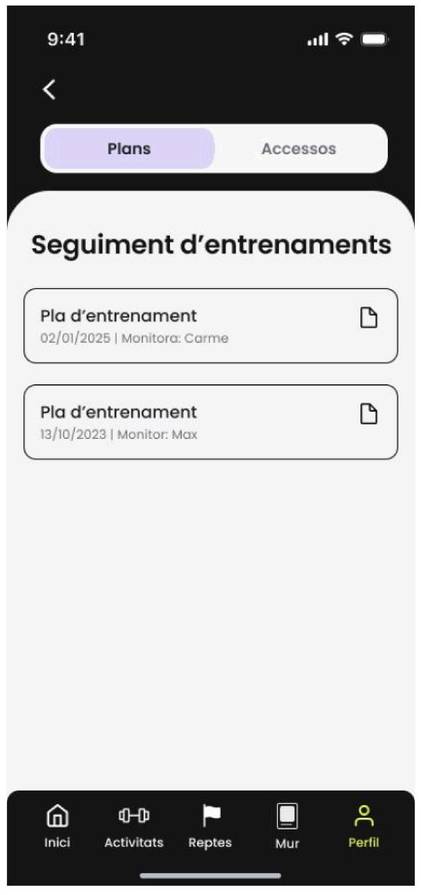


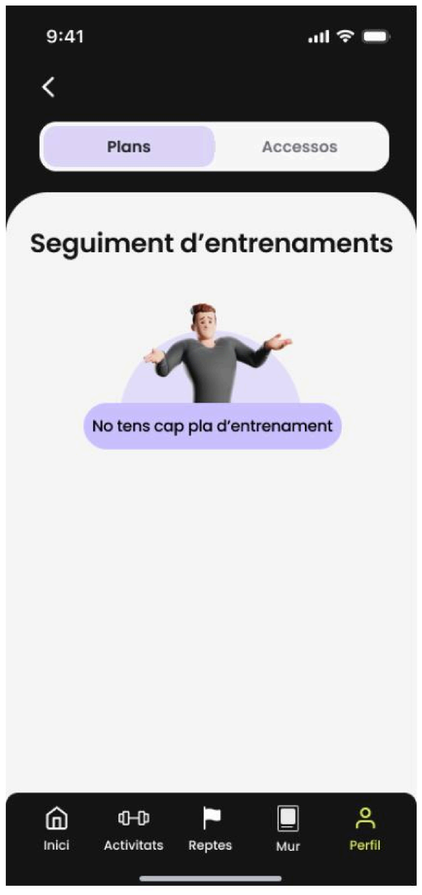


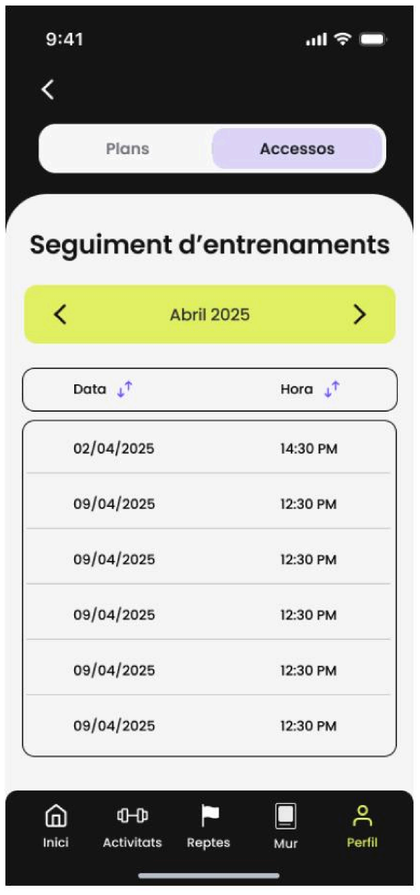


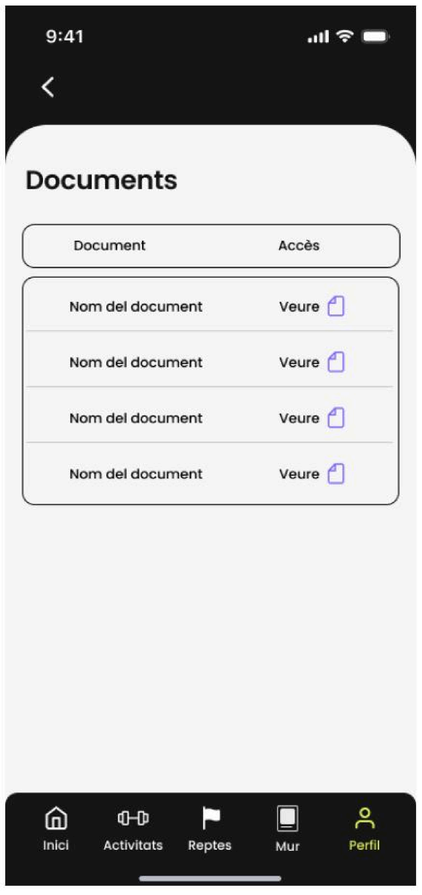
Annexos 5: Pàgines del prototip

Perfil







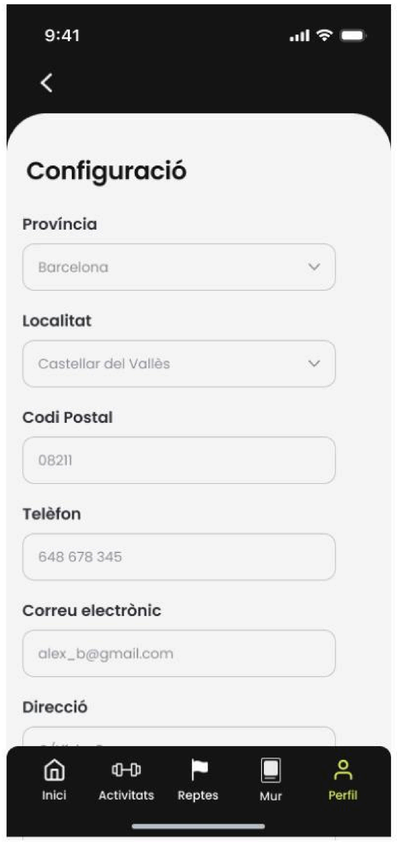




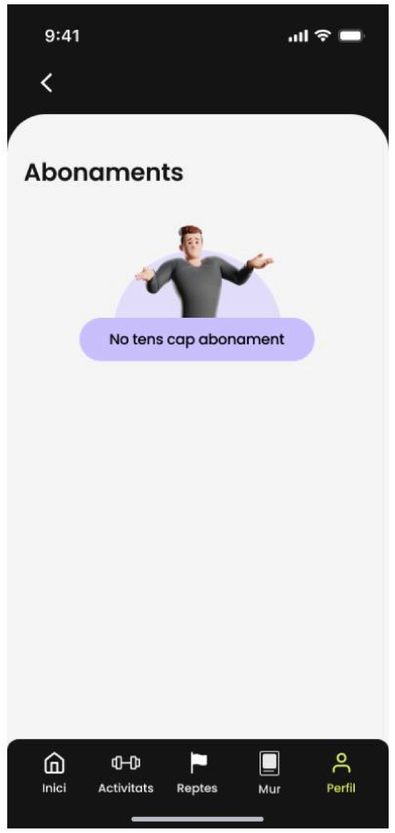
Annexos 5: Pàgines del prototip

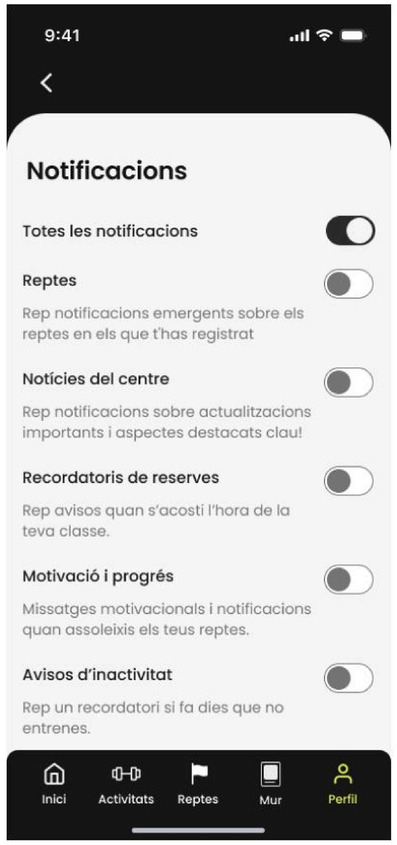
Perfil











Annexos 5: Pàgines del prototip

Pàgina principal





Annexos 6: Pressupost

A	B	C	D	E
Tasca	**Descripció**	**Cost estimat**	**Observacions**	
Fase 1: Investigació i disseny				-
Investigació	Enquesta, entrevista, anàlisis de comportament	250	Treball acadèmic	
Test d'usabiltat	Proves amb usuaris sobre el prototip inicial	200	Inclou protocol i anàlisis	
Disseny UX/UI a Figma	Disseny complert app (wireframes, interfície, prototip interactiu)	600	Handoff preparat	
Documentació técnica i estratégica	Informe TFG, storytelling del producto, estratègia	300	Inclòs en el TFG	1350
Fase 2: Desenvolupament técnic				
Honoraris desenvolupadors freelance	Desenvolupament app híbrida (Flutter o React Native) para iOS/Android	2.000 – 3.500	Segons tarifa estàndars a ES	
Domini web + hosting	Domini tipus gimnàsapp.cat + hosting bàsic anual	80 – 120	Alternativa: subdomini del gimnàs	
Llicències i backend	Firebase (gratis inicialment), APIs, base de dades a cloud	100	Escalable a futur	
Disseny adaptat	Preparació d'assets, guidelines i proves d'integració	150 – 250	Per a facilitar el handoff	3.970
Fase 3: Distribució i màrqueting				
Publicació a App Store	Cuota anual Apple Developer	99	Necessària per publicar a iOS	
Publicació a Google Play	Cuota única Google Developer	25	Pagament únic	
Impressió material físic	Roll-ups, pósters, QR al gimnàs	100	Per a Setmana de l'App	
Concurs mensual + premis	Ampolles amb logo del gimnàs (6 mesos)	120	20 €/mes	344
Fase 4: Mantenimient i escalabilitat				
Suport tècnic mensual	Resolució d'errors, manteniment general	50 – 100 / mes	Subcontractable	
Millores contínues	Funcionalitats afegides segons ús i feedback	300 / any	Inclou iteracions	
Serveis escalables	Allotjament de dades i escalabilitat	100 – 200 / any	Pot créixer amb usuaris	800
Fase 0: Ideació				
Valor afegit del creador		250	250	
TOTAL	6.714			