

ST  **RTAPP**

● **01.**
Introducció

● **02.**
**Concepte
de l'app**

● **03.**
**Característiques
de l'app**

● **04.**
**Identitat
Corporativa**

● **05.**
Programació

● **06.**
App Branding

● **07.**
Conclusions

01. INTRODUCCIÓ

En aquest treball exposem totes les activitats que hem realitzat per a la creació de la nostra app. La qual és, **STARTAPP**.

STARTAPP és una aplicació que connecta inversors amb emprenedors de startups mitjançant una interfície senzilla i intuïtiva.

Aquí s'explica des del disseny de la marca passant per els wireframes necessaris per fer la programació, la web, el pòster i el video per promocionar l'aplicació.

També com funcionen les pantalles a nivell de programació i l'estratègia de marketing més adient per la nostra proposta.

02. CONCEPTE DE L'APP

02. CONCEPTE DE L'APP

StartApp consisteix en un aplicació on startups poden promocionar-se i així aconseguir inversors.

Els usuaris i les startups es beneficien, la plataforma consistirà d'un rànquing basat en les valoracions dels usuaris i una subscripció (correu electrònic informatiu) de la startup de la qual estan interessats.

Està pensada per a que funcioni a nivell nacional.

Aquesta app va adreçada a inversors o usuaris interessats en el món de les startups.

La franja d'edat estaria entre els 20 i els 50 anys.

Vam escollir aquesta idea després de pensar en realitzar una app estil "Wallapop" on usuaris comparteixen coneixements, a partir d'aquí vam pensar en les startups, les quals cada cop són més i necessiten promoció.

L'app es podria catalogar com una aplicació de caire informativa i social.

Aquesta a part del rànquing tindrà un registre gratuït tant per usuaris que miren la informació com per les startups, en aquesta última l'empresa avaluarà el perfil de la startup i així formar part de l'aplicació.

Està pensada per les plataformes iOS i Android



03. CARACTERÍSTIQUES DE L'APP

03. CARACTERÍSTIQUES DE L'APP

Està pensada per ser realitzada en castellà.

Estarà conformada per un login per usuaris ja siguin startups o possibles inversors. El disseny de la plataforma es senzill i intuïtiu.

Per realitzar les propostes de pantalles hem utilitzat MockingBot i per la web de l'aplicació WordPress.

L'aplicació està pensada per a que sigui gratuïta però no es descarta que en un futur es pugui fer una donació a la startup i que aquesta doni algun benefici a l'inversor.

Al estar plantejada per sistemes operatius diferents, l'app estarà disponible a l'App Store i Play Store.



04. IDENTITAT CORPORATIVA - Logotip

La creació d'una marca per a un producte és molt important.

Permet a la companyia fomentar el reconeixement i la lleialtat dels clients, a comunicar els seus valors i el seu enfocament especial als negocis d'una manera memorable.

Nosaltres ens enfocem en un target que va des dels 20 als 50 anys.

El sector per al qual està dirigida aquesta app és el sector de les finances i inversions.

Tot això ho hem volgut representar amb el nostre logotip.

Ens decantem per línies rectes i formes geomètriques que aporten professionalitat però amb els talls de les lletres aportem la creativitat.

L'ús de la piràmide evoca el nostre concepte del posicionament mitjançant el rànquing. Quan més a dalt estiguis més visible seràs. I que ens serveix com imatge, el qual fem servir en la icona de l'app.

Els colors escollits han sigut:

Vermell: El vermell simbolitza el poder, l'acció, color al qual s'associa amb la vitalitat, l'ambició i la passió. El vermell aporta també confiança en un mateix, coratge, valentia i una actitud optimista davant la vida.

Negre: El color negre està associat amb el poder, l'elegància, la serietat i professionalitat.



04. IDENTITAT CORPORATIVA - Póster

El missatge que volem transmetre amb el cartell és que el producte es tracta d'una aplicació.

La qual relaciona startups amb possibles inversors, així creant un moviment o comunitat.

L'usuari el primer que li va a cridar l'atenció és la figura central, amb els personatges que donen a entendre que són un possible inversor i un noi que podria ser el creador de la startup.

Hem decidit jugar amb la piràmide que trobem en el logotip de la nostra marca.

Primerament vam decidir posar la piràmide tal qual, la podeu veure en el logo, però ens vam donar compte que invertint-aconseguíem dirigir l'atenció al nostre logotip i a la informació de descàrrega de l'app que es troben a la part inferior.

D'altra banda provoquem que el receptor presti més atenció a la figura per intentar esbrinar el seu significat.

El qual segueix representant que els dos personatges volen arribar al més alt com a la nostra aplicació. A més també pot suggerir un edifici el qual també ens pot representar a la part de la inversió.

I fins i tot el símbol del Wi-Fi



Únete a startups
e inversores

g5apps.sdslab.cat



ST RTAPP

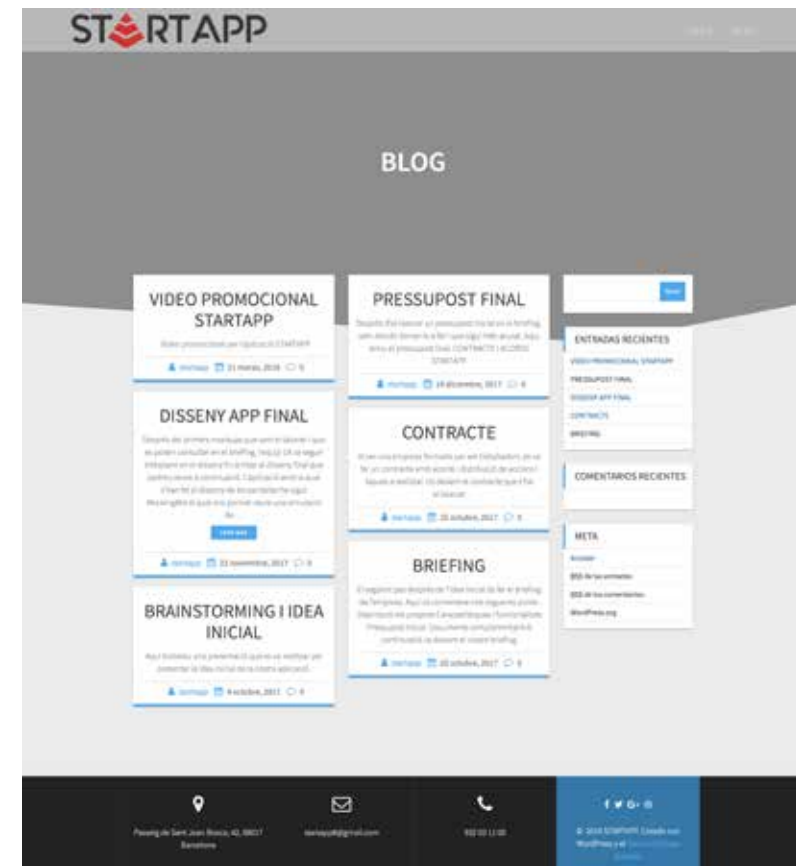
04. IDENTITAT CORPORATIVA - Web

Hem creat una web per l'aplicació, la qual ha sigut realitzada mitjançant Wordpress

Aquí hem posat tota la informació relacionada amb l'aplicació, desde les característiques, botons per la descàrrega de l'app, el pòster que hem realitzat, l'equip que ha fet possible l'app i informació de contacte.

A més tenim un Blog on hem anat penjant les diferents activitats que ens han proposat.

STARTAPP



04. IDENTITAT CORPORATIVA - Wireframes

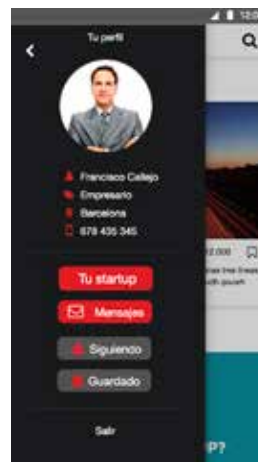
El disseny de l'app és senzill i intuïtiu.

Tenim una pantalla de registre i inici de sessió, la pàgina principal on estroben les aplicaciones ordenades per la quantitat de “m’agrada” al seu perfil, cada startup té el seu propi perfil amb informació d’aquesta.

L’usuari també té un perfil personal amb les seves dades i on pot veure les startups que ha guardat i li han agradat.

També es pot fer una cerca més acurada mitjançant els filtres, per localitat, sector...

L’aplicació permet compartir a les xarxes socials els diferents perfils de les startups que es troben en l’app.



04. IDENTITAT CORPORATIVA - Video de l'app

Per donar a conèixer l'aplicació, s'ha decidit fer un video promocional.

En aquest es mostren imatges del tipus de target al que va dirigida la app, també es veuen les característiques i funcionalitats de la nostra aplicació.

Es va publicar en la plataforma de YouTube.

05. PROGRAMACIÓ - Programes utilitzats

L'aplicació StartApp es una aplicació destinada a l'ajuda de les microempreses, així doncs ha sigut creada per una plataforma movil.

Amb eines com Xamarin Forms s'ha creat la aplicació amb llenguatge c# i xaml.

Utilitzant aquest mètode es molt mes fàcil arribar a tots els sistemes operatius movil (Android, iOS, Windows Phone), doncs gran quantitat de codi es compartit i sol petits detalls de codi son el que es diferències unes d'altres.

Amb llenguatge C# es programa la logística de l'aplicació i connexió a base de dades; i amb el llenguatge xaml es programa la la vista (view), l'aspecte de l'aplicació.

L'aplicació es connecta a una base de dades my SQL que es situa en un phpAdmin.

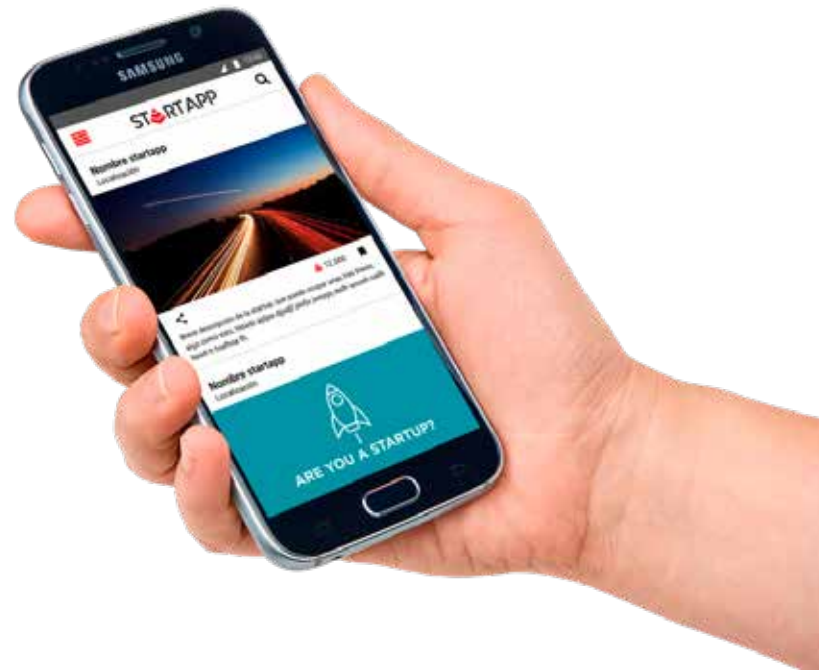


05. PROGRAMACIÓ - Objectiu

Es fer una aplicació per donar a conèixer StartUps petites a inversos . Aquesta app estarà dividida en dos tipus d'usuaris : les StartUps i els Inversors .

Les StartUps podran fer us de l'aplicació per tal d'exposar el seu projecte a la resta d'usuaris per tal si la idea es bona tingui reconeixent dins la plataforma i trobi un inversor (Aquest podran parlar via chat).

Els inversors podran veure els diferents projectes de cada StartUp junt a un filtre per tal de filtrar segons el que busquin per trobar el millor projecte per invertir en aquest si es cau. Volem així crear una comunitat on connectem StartUp amb inversors .



05. PROGRAMACIÓ - Pantalles i funcionament

Spalsh

La primera pantalla de l'aplicació es l'splash, una pantalla de carga que permet carregar les dades de la base de dades a l'aplicació per evitar confusió al client si tarda molt a carregar les dades.

La pantalla es situa en paral·lel dels processos per permetre que les dades es carreguin i en quan acabi la carrega passi a la pantalla d'entrada de dades (login). Aquesta pantalla va ser creada amb Android activities per determinar exactament que s'executa abans de l'aplicació de Xamarin Forms (projecte portable de codi compartit).

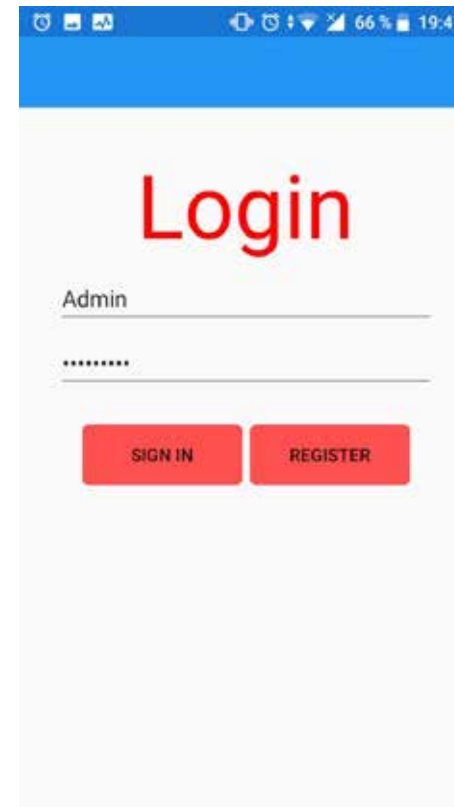


05. PROGRAMACIÓ - Pantalles i funcionament

Login

Aquesta pantalla es potser una de les pantalles més importants de l'aplicació, on es controla l'entrada dels usuaris a aquesta. Les dades que es posen depenen de que s'ha registrat en la base de dades. Aquestes dades es poden canviar una vegada l'usuari ha entrat en la aplicació en la pantalla de Perfil.

Les opcions són simples, per un client nou hauria de anar a Registre per registrar-se per primera vegada en les bases de dades de l'aplicació, i si ja s'ha registrat pot posar les credencials de Usuari i contrasenya i entrar en la conta. Si no són correctes no podrà entrar en l'aplicació i li sortirà un Pop-up amb una alerta



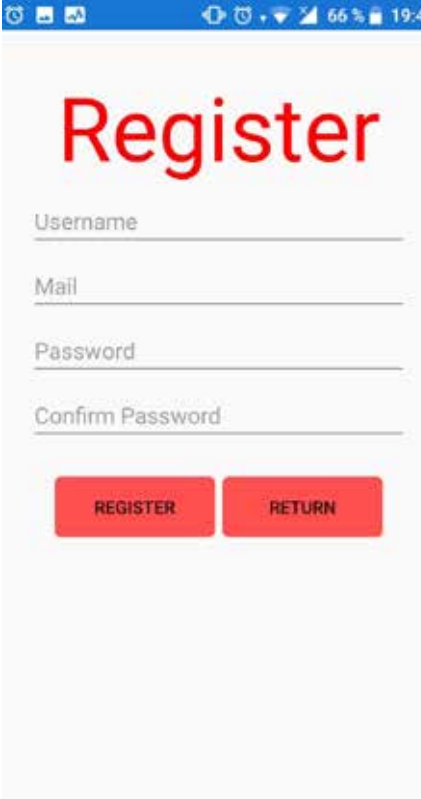
05. PROGRAMACIÓ - Pantalles i funcionament

Register

La pantalla de registre permet a l'usuari poder accedir a la base de dades i registrar-se com a client de l'aplicació. Haurà d'introduir un nom d'usuari, un e-mail de contacte i una contrasenya on la tindrà que repetir dues vegades per seguretat.

Els requisits d'aquesta pantalla es que les contrasenyes siguin iguals i el correu sigui una estructura correcte. Si hi ha un usuari existent amb el mateix nom no es permetrà la seva entrada, o si les contrasenyes no son iguals, sortirà un Pop-up amb una alerta segons quina sigui la falta.

Les opcions son registrar-se o tornar al login.



The screenshot shows a mobile application interface for a registration screen. At the top, there is a blue status bar with various icons and the time 19:49. The main content area has a white background with the word "Register" in a large, bold, red font. Below the title, there are four input fields with labels: "Username", "Mail", "Password", and "Confirm Password". Each field has a thin grey border and a horizontal line for text entry. At the bottom of the form, there are two red buttons with white text: "REGISTER" and "RETURN".

05. PROGRAMCIÓ - Pantalles i funcionament

Menú Usuari

Una vegada l'usuari entra en l'aplicació, la pantalla Menú Usuari, el desplegable lateral dret, mostrarà totes les seves dades insertades en la base de dades exceptuant la contrasenya evidentment.

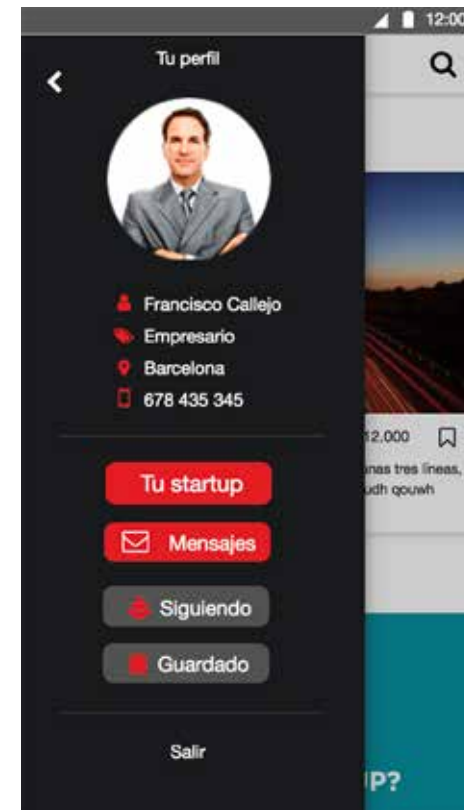
Així doncs tindrà l'opció de entrar en qualsevol de les opcions:

- Rànquing
- MIStartup
- Guardats
- Seguint

Les StartUps que aquest usuari li hagi donat a m'agrada les podrà trobar en l'opció de seguint. Les guardades serán les que hagi etiquetat.

El rànquing es troben les StartUps de les més votades a menys dependent dels filtres que s'hagin definit..

Per últim la l'opció de Mi Startup es troba l'opció de Crear/Registrar una Startup personal del client que saplicarà automaticament en el rànquing de l'aplicació.



05. PROGRAMCIÓ - Pantalles i funcionament

Rànquing

En aquesta pantalla el que mostrarem serà un seguit de “targetes” que seran el projectes creats per las StartUps els quals contindran una imatge amb una breu descripció.

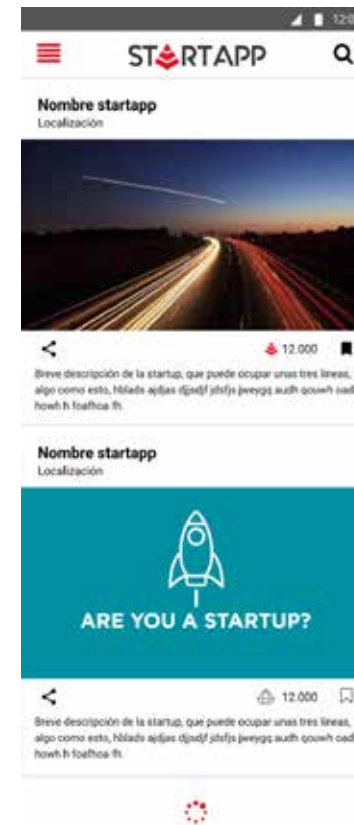
Aquestes targetes també incorporen:

- Un botó per compartir a les Xarxes Socials.
- Icona Logo Piràmide (Comptador , com si fos de “Likes”).
- Boto per guardar la targeta a favorits.

Dintre de la targeta de la startup trobarem :

- Un carrousel d’imatges sobre el projecte.
- Una descripció més detallada del projecte.
- Un boto per enviar un missatge a la Startup
- Fletxa per torna a la pantalla principal.

Apart dels botons que teníem ja en la pagina principal (Xarxes Socials , “Likes”, etc) .



05. PROGRAMCIÓ - Pantalles i funcionament

Filtre de cerca

Comptarem amb un filtre amb un TextBox per si volem buscar un nom en concret o diferents desplegable amb les Localitats , Sectors o posicions en el rànquing.

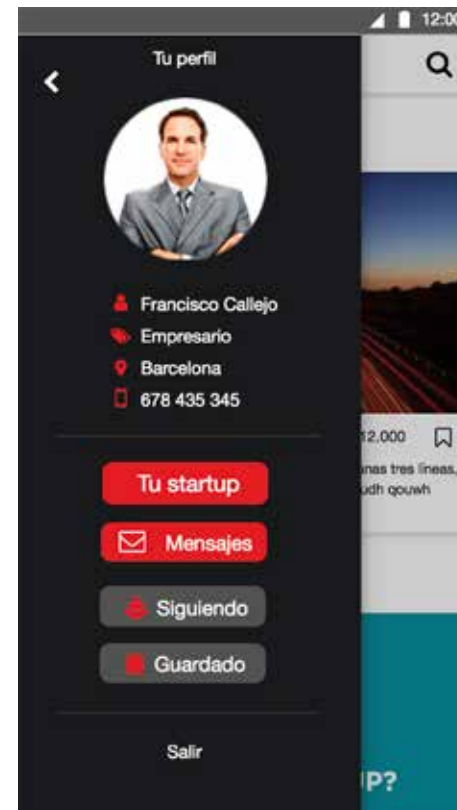
També implementarem el boto el qual quan el pitgem l'App reconeixerà el que diguem hi ho escriurà al camp del TextBox.



05. PROGRAMCIÓ - Pantalles i funcionament

Perfil

En el nostre perfil se'ns mostrara tota la nostra informació personal (Nom , Tipus d'usuari , Lloc i Numero de Telefon) acompanyada de la nostre imatge de perfil.



06. APP BRANDING

06. APP BRANDING

La necessitat de finançament de la nostra aplicació dependrà principalment dels costos que haurem de suportar en funció de l'aplicació que estem desenvolupant.

En aquest sentit és important destacar que les persones que formen part de l'equip que hi ha darrere de tot el projecte tenen habilitats complementàries. Tot i això, l'equip no podrà suportar els costos que impliquen aquesta aplicació, amb la qual cosa haurem de recórrer a diverses fonts de finançament.



06. APP BRANDING - Estratègies

Friends, Family and Fools

Les “tres efes”, més conegudes com *Friends, Family and Fools*, és un terme anglès que designa la font més propera i accessible a l'hora de buscar finançament per emprendre un negoci. Amics, família i ximples o “bojos”. Es tracta del primer recurs al qual la majoria dels emprenedors van quan pensen llançar un negoci i un pas lògic en iniciar la recerca de finançament, ja que es tracta de l'entorn més proper.

Les dues primeres efes del trio fan referència als amics i la família del fundador o els fundadors. L'última efe, la dels ximples o bojos, es refereix a aquells inversors que sense tenir molta experiència decideixen apostar pel projecte. Mentre que els amics i la família comparteixen una vinculació emocional i afectiva amb el prestatari,

els ximples no tenen ni tan sols de conèixer prèviament a l'emprenedor, poden ser simplement persones que per alguna raó han coincidit amb el fundador de l'empresa i que han decidit apostar pel projecte. Aproximadament 8.000 € de capital aportat



06. APP BRANDING - Estratègies

Friends, Family and Fools

Avantatges:

Els amics i la família, en ser l'entorn més proper de l'emprenedor i tenir una relació emocional amb ell, solen ser més fàcils de convèncer de participar en el projecte. A més, en haver una vinculació afectiva, fer-los veure el necessari de la seva participació en el projecte aportant capital serà molt més fàcil.

Pel que fa als inversors inexperts, els "bojos", en tenir experiència, exigiran menys a canvi a l'hora d'invertir en el negoci.



06. APP BRANDING - Estratègies

Inconvenients:

Per començar, en no ser empreses privades especialitzades en concedir finançament, el capital que podran aportar no serà molt elevat.

Amics i familiars poden ser una alternativa adequada, però si es necessita un capital voluminós, és probable que aquests només puguin aportar una part.

En aquest cas, amics i familiars poden actuar com a garantia perquè l'empresa privada concedeixi un préstec, sempre sabent i analitzant els riscos que suposa avalar una operació com aquesta.

En segon lloc, implicar amics i familiars en un negoci que està en vies de desenvolupament i que no se sap com marxarà és probable que generi

pressions personals i, fins i tot, certs enfrontaments.

Acceptar una ajuda d'aquest tipus suposa una gran pressió perquè l'altra part no és una persona desconeguda, sinó algú del nostre entorn i fallar-no implica únicament problemes legals i deutes, sinó enfrontaments personals.

A més, cal tenir en compte que si algú decideix aportar diners, també pot voler formar part del negoci.

Al principi pot semblar una idea atractiva, però hi ha la possibilitat que en el futur, quan el negoci funcioni, sigui difícil "desfer-se" d'ell i suposi un inconvenient en el bon desenvolupament de les activitats de l'empresa.

Finalment i més en relació amb l'última de les "tres efes", els ximplés, la seva falta

de professionalitat i d'experiència en el sector de la inversió no ens portaran els beneficis que sí que podrien aportar-nos un grup d'inversors experimentats, com ara recomanacions, contactes, futures aportacions de capital i experiència.

06. APP BRANDING - Estratègies

Crowdfunding

Xarxa de finançament col·lectiu, normalment online, que a través de donacions econòmiques o d'altre tipus, aconseguen finançar un determinat projecte a canvi de recompenses, participacions de forma altruista.

Existeixen cinc models de micro mecenatge:

- De donacions: Els que fan aportacions no esperen beneficis a canvi.

- De recompenses: Els que fan aportacions rebran una recompensa per la seva contribució.

- D'accions: Els que reben participacions d'ella.

- De préstecs o crowdfunding: Es tracta d'un finançament en massa, a través de

préstecs d'una empresa a canvi d'una tipus d'interès pels diners prestats.

- De royalties: Quan s'inverteix en un determinat projecte o empresa i s'espera obtenir una part, encara que sigui simbòlica, dels beneficis.

Com funciona?

Depèn del tipus de crowdfunding que hàgim seleccionat com a forma de finançament.

No obstant aquestes són les fases principals:

- L'emprenedor envia el seu projecte, o la seva idea d'empresa a una plataforma de crowdfunding, que sol ser en línia, per a ser candidat al finançament. Perquè es pugui valorar el seu projecte indica: una descripció del mateix, quina

quantitat necessita, quant de temps hi ha per recaptar el que necessita, tipus de crowdfunding a triar, etc.

- Valoració del projecte: la comunitat o la pròpia plataforma valora l'interès del projecte.

- Es publica a la plataforma el projecte pel temps indicat a la candidatura. És el període de temps de què disposa la gent per invertir.

- Durant el temps que estigui públic, es promou al màxim per aconseguir el finançament.

- Tancament del projecte. Quan finalitza el termini establert, es tanca el projecte i es comprova quanta finançament s'ha aconseguit.

06. APP BRANDING - Estratègies

Crowdfunding

Xarxa de finançament col·lectiu, normalment online, que a través de donacions econòmiques o d'altre tipus, aconseguen finançar un determinat projecte a canvi de recompenses, participacions de forma altruista.

Existeixen cinc models de micro mecenatge:

- De donacions: Els que fan aportacions no esperen beneficis a canvi.

- De recompenses: Els que fan aportacions rebran una recompensa per la seva contribució.

- D'accions: Els que reben participacions d'ella.

- De préstecs o crowdfunding: Es tracta d'un finançament en massa, a través de

préstecs d'una empresa a canvi d'una tipus d'interès pels diners prestats.

- De royalties: Quan s'inverteix en un determinat projecte o empresa i s'espera obtenir una part, encara que sigui simbòlica, dels beneficis.

Com funciona?

Depèn del tipus de crowdfunding que hàgim seleccionat com a forma de finançament.

No obstant aquestes són les fases principals:

- L'emprenedor envia el seu projecte, o la seva idea d'empresa a una plataforma de crowdfunding, que sol ser en línia, per a ser candidat al finançament. Perquè es pugui valorar el seu projecte indica: una descripció del mateix, quina

quantitat necessita, quant de temps hi ha per recaptar el que necessita, tipus de crowdfunding a triar, etc.

- Valoració del projecte: la comunitat o la pròpia plataforma valora l'interès del projecte.

- Es publica a la plataforma el projecte pel temps indicat a la candidatura. És el període de temps de què disposa la gent per invertir.

- Durant el temps que estigui públic, es promociona al màxim per aconseguir el finançament.

- Tancament del projecte. Quan finalitza el termini establert, es tanca el projecte i es comprova quanta finançament s'ha aconseguit.

Plataforma Crowdfunding

06. APP BRANDING - Estratègies

Monetització APP

¿Vaig a cobrar per la seva descàrrega o serà gratuïta?

Com tot, les dues opcions tenen la seva part bona i dolenta. Per tant hem de valorar els aspectes que influeixen en cadascuna per prendre una decisió final.

Si optem per llançar-la de forma gratuïta aconseguirem més descàrregues a l'inici de llançar l'app, encara que d'aquesta manera no aconseguirem beneficis.

Com monetitzar apps de descàrrega gratuïta?

1. Compres In-App

Ho expliquem amb un exemple, segurament t'hagi passat en alguna ocasió amb un joc, pots utilitzar l'app

de forma gratuïta però per passar de pantalla o evolucionar has realitzar un pagament. En el nostre cas això ho podríem utilitzar per fer que el teu startapp sigui més visible, és a dir que aquest en els primers llocs de la llista, i que la teva empresa sigui més visible per a possibles inversors.

2. Apps gratuïtes amb publicitat In-App

En aquest cas la nostra app inclourà petits banners, d'aquesta manera en el moment en què un usuari faci clic a l'anunci, l'anunciant haurà un import X. Aquesta opció la veiem viable sobretot per començar i donar-nos a conèixer.

3. Apps gratuïtes de prova

Són les apps que més s'ho han de treballar per aconseguir descàrregues de pagament.

Consisteix en promocionar l'aplicació mitjançant una prova gratuïta amb un

temps limitat, passat aquest temps ens cal convertir-nos en imprescindible per a l'usuari, perquè decideixi pagar per la nostra aplicació, cosa que no veiem res viable en el nostre cas.

Nosotros, al ver que varias de opciones pueden encajar bastante bien para nuestra aplicación hemos decidido hacer un mix, es decir, combinar algunas de las opciones explicadas anteriormente: poner banners para, sobretodo al inicio, tener algo de ingresos. También dar la opción Premium, y que el usuario de nuestra app tenga la opción de estar por ejemplo entre los 10 primeros de la lista, y tener más visibilidad para los posibles inversores, por una cantidad razonable.

07. CONCLUSIONS

Després de realitzar aquest projecte ens hem adonat del treball que té darrere la creació d'una aplicació.

Per aquest motiu el treball de les tres àrees ha sigut primordial, tant com l'enteniment de totes les parts, cosa que a vegades ha mancat.

Pensem que el pes del projecte no ha estat proporcional per a tots els departaments que formen l'equip, però amb determinació hem aconseguit que surti endavant.

Hem pogut experimentar com es treballar depenent de diferents departaments.

Ha sigut un projecte extens i engloba tot el treball que ha sigut possible portar a terme.

EQUIP

Irene Arroyo
Mario Sánchez
Arturo Vasques

Christian Espinosa
Roger Cuesta

Sónia Díaz
Marc Aymat

SALESIANS DE SARRIÀ