

Youbity: Aplicació de gestió de geolocalitzacions

Oscar Rodríguez Jiménez

Resum— Youbity neix com una idea per crear una aplicació per a dispositius mòbils que ha de permetre als seus usuaris geolocalitzar i emmagatzemar de manera ràpida el punt on es troben i editar-ne informació al respecte, per poder tornar-hi si ho desitgen en el futur. Youbity pretén a més ser una eina de compartició d'aquestes ubicacions entre els usuaris així com una eina de comunitat que permeti col·laborar per editar aquest punts i enriquir la informació global. La idea es complementa amb el seu pla de negoci per exposar la seva viabilitat i possibilitats en el mercat actual així com els costos de poder realitzar-la i llançar-la al mercat. Actualment existeixen aplicacions mòbils que permeten guardar la ubicació on ens trobem, però Youbity permetria als usuaris realitzar aquesta captura i posterior descripció de manera molt còmode. La vessant de comunitat permetria consultar punts d'interès que la majoria d'aplicacions no contempla.

Paraules clau— Mòbil, app, model de negoci, geolocalització, comunitat, compartir, col·laborar, utilitat, productivitat, Social, innovació

Abstract— Youbity born as an idea to create an application for mobile devices that will allow its users to GEO locate and store quickly the point where they are and edit information, to come back if they wish in future. Youbity also aims to be a tool for sharing among users in these locations as well as a tool that allows community to do a collaborative work to edit and enrich the overall points. The idea is complemented by its business plan to present their feasibility and possibilities in the market today as well as the costs to perform it and throw it on the market. Currently there are mobile applications that allow you to save the location where we are, but Youbity allow users to capture and add a description in a easy and fast way. The community area would allow to find and share points of interest that does not cover other applications.

Index Terms— Mobile, app, business model, geolocation, community, share, collaborative, utility, productivity, Social, innovation.

1 INTRODUCCIÓ

L'ÚS del telèfon mòbil ha evolucionat molt en els darrers anys. Ha crescut el nombre d'usuaris i ha canviat la forma d'utilització d'aquests dispositius, les noves funcionalitats i aplicacions creades fan que el telèfon, que tot ciutadà porta a la butxaca, vagi més enllà d'un simple dispositiu que fa trucades. Moltes de les tasques que abans fèiem de forma analògica, o que havíem d'esperar a arribar a casa per fer-les des de l'ordinador, ara s'han anat reemplaçant per múltiples aplicacions mòbils que permeten fer-ho de forma instantània. A més, ha augmentat la compartició d'idees, imatges, estats a la xarxa i la creació de comunitats d'usuaris que comparteixen interessos i que col·laboren entre ells per millorar i enriquir els seu coneixement. És evident que el mercat d'aplicacions està en constant creixement per cobrir les necessitats dels usuaris i fer-los la vida més còmoda. Per aquests motius, a més de la inquietud personal per les geolocalitzacions, neix la idea de crear una aplicació.

és molt elevat. Google play xifra en més de 700.000 les aplicacions disponibles a la seva plataforma. En un mercat amb aquestes dades podem trobar-hi aplicacions pràcticament per a qualsevol cosa que se'ns pugui ocórrer i en molts casos coexisteixen aplicacions que donen solució al mateix problema. En un entorn així és en la diferenciació on està la clau de l'èxit per poder oferir una idea innovadora.

En l'àmbit de les aplicacions de geolocalització el mercat ofereix solucions per poder realitzar enregistrament de localitzacions però no hi ha cap que ofereixi per una banda un enregistrament ràpid de les ubicacions i posterior organització a nivell personal i de l'altra la opció de poder disposar d'una comunitat d'usuaris que col·labori en la generació i la documentació de noves localitzacions.

2 ESTAT DE L'ART

Actualment el nombre d'aplicacions disponibles al mercat

- E-mail de contacte: oscar.rodriguez@gmail.com
- Menció realitzada: Enginyeria del Software
- Treball tutoritzat per: Yolanda Benítez (Ciències de la computació)
- Curs 2015/16

3 OBJECTIUS

Els objectius d'aquest projecte són:

- Dissenyar una aplicació a partir d'una idea, de manera que sigui atractiva per als usuaris.
- Elaborar un pla de negoci de l'aplicació com a model de venda.
- Fer un prototip de l'aplicació per tal de que s'entengui millor el seu funcionament.

4 METODOLOGIA

Per a la realització del projecte s'ha utilitzat la metodologia de desenvolupament en espiral. Aquesta metodologia, que neix del desenvolupament en cascada, està formada per quatre fases diferenciades: determinar objectius o planificar, anàlisi del Risc, desenvolupament i prova i per finalitzar prova del client. En el cas del projecte la persona que ha fet de client ha estat la tutora del projecte. Aquesta metodologia ha permès realitzar canvis en el què era inicialment la idea del projecte.

5 EL PROJECTE

5.1 La idea

Aquest projecte pretén servir de base per poder crear una aplicació innovadora per al mercat actual. En el projecte s'han tingut en compte aspectes tècnics i aspectes de gestió i de mercat així com estudis de viabilitat i costos per a poder tirar-lo endavant.

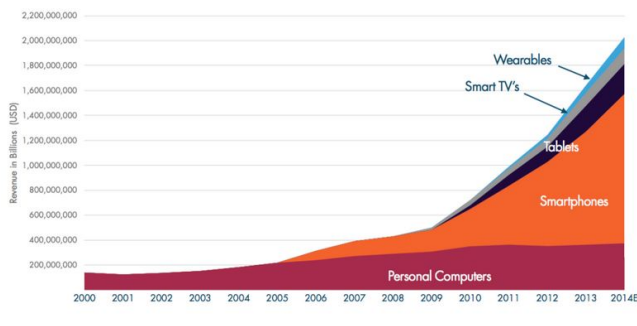
Youbity és una aplicació per a dispositius mòbils per gestionar geolocalitzacions.

Es basa en tres funcions:

1. Captura i emmagatzematge de les coordenades del lloc que volem registrar:
 - a. Les captures de les coordenades es realitzaran a partir de les dades del GPS del dispositiu polsant la tecla de captura o bé, senyalant sobre el mapa el punt que volem guardar, sigui el punt on ens trobem o qualsevol altre.
 - b. L'usuari podrà afegir a les captures una descripció, fotografies i *tags* o etiquetes. A més podrà organitzar-les en diferents carpetes i subcarpetes creades pel propi usuari.
L'usuari podrà decidir quines de les seves ubicacions son públiques o privades.
2. Compartició:
Es podran compartir les ubicacions o bé les carpetes amb altres usuaris o grups prèviament creats.
3. Comunitat:
Els usuaris podran fer públiques per a tothom les ubicacions que vulguin, així com col·laborar en la creació de carpetes públiques que agrupin punts semblats d'interès.

5.2 Perqué

Youbity neix de la necessitat personal de poder enregistrar llocs i poder recuperar-los després. Una vegada detectada la necessitat a nivell personal, és durant el dia a dia en converses informals o a base d'observació de l'entorn, que la idea va guanyant forma i són més els motius per tirar endavant el projecte.



Avui en dia el percentatge d'usuaris de dispositius mòbils

Garther, IDC, Strategy Analytics, Company Filings, BI Intelligence Estimates

intel·ligents és molt elevat a l'estat espanyol un 60% de la població disposa de telèfon intel·ligent. Són cada vegada més les accions que abans es feien de manera analògica i que avui es fan de manera més còmoda i ràpida amb l'ajuda de la tecnologia mòbil. Si abans ens apuntàvem les coses en llibretes o mapes, guardàvem targetes dels establiments als que volíem tornar, avui ho podem fer utilitzant el dispositiu que sempre portem a la butxaca.

Aprofitant el gran creixement d'usuaris i aplicacions mòbils, la idea de Youbity és oferir un servei, que actualment no existeix en el mercat, per poder capturar localitzacions de manera ràpida en llocs difícils de referenciar i compartir-ho a nivell de comunitat.

5.3 Missió

La missió del projecte és la de crear una aplicació que sigui molt útil per als usuaris i que faciliti i millori el seu dia a dia.

5.4 Visió

Aconseguir que l'aplicació sigui utilitzada per molts usuaris. Aconseguir una base de dades de punts d'interès organitzats i classificats. Poder crear dades d'usuaris i dades de les ubicacions de manera que aquesta informació pugui ser utilitzada amb diferents finalitats.

5.5 Funcionament de l'aplicació

Ens posem en situació: un usuari passeja sol pel carrer i passa per davant d'un establiment que li sembla interessant, per exemple una botiga amb un aparador bonic però està tancada, o un restaurant amb terrassa però que en aquest moment tenim pressa i no podem parar a dinar, o un parc on poder anar a jugar amb el seu fill però no està amb ell per ensenyar-li. L'usuari voldria enregistrar

aquests llocs per poder-hi tornar en un altre moment.

En aquest moment seria quan Youbity entraria en escena. L'usuari, si disposés de l'aplicació, al veure un d'aquests llocs treuria de la seva butxaca el seu dispositiu mòbil i seguiria els següents passos:

1. A través d'un widget a l'escriptori o bé a través d'accés directe accediria a l'aplicació.
2. Fent un simple clic capturaria la ubicació del lloc on esta.
3. Editaria la captura i l'emmagatzemaria en alguna de les diferents carpetes o subcarpetes, per exemple dins de la carpeta de "parcs infantils" hi guardaria la ubicació en la subcarpeta de "parcs amb tobogan".
En cas de no disposar de molt temps in situ per editar la informació es podria enregistrar una gravació d'àudio per recordar a què° fa referència la ubicació o bé agregar una fotografia que ens recordi el lloc.
4. Tant les ubicacions de forma única com les carpetes i sub-carpetes es podrien acabar compartint amb coneguts, o bé mantenir-les emmagatzemades per a ús privat.
5. A banda de les ubicacions pròpies hi hauria l'opció de compartir carpetes amb grups privats d'usuaris o de manera visible i editable per tota la comunitat de Youbity.

5.6 Objectius del projecte

Els objectius del projecte són els següents:

1. Crear l'aplicació per a dispositius Android i IOs amb totes les seves funcionalitats.
2. Crear un Backoffice web per a la gestió de l'aplicació.
3. Llançar al mercat l'aplicació
4. Aconseguir el registre de 100.000 usuaris durant el primer any.
5. Pensar i fer campanyes promocionals que donessin a conèixer l'aplicació i que incrementés el nombre d'usuaris.
6. Aconseguir finançament econòmic:
Mitjançant diferents mecanismes es tractarà de fer que l'aplicació pugui aconseguir recursos econòmics que permetin inicialment cobrir despeses i que més endavant poguessin generar beneficis.

5.7 Punts forts i avantatges

El principal avantatge de l'aplicació és la facilitat, comoditat i rapidesa per enregistrar, organitzar i compartir les ubicacions. Les aplicacions d'ubicacions més potents disposen de sistemes d'enregistrament de coordenades que requereixen una certa dedicació de temps en el moment de la captura del punt, del qual moltes vegades no en disposem.

- Organització simple.
- Privacitat en les carpetes privades de manera que tota la informació que només vulguem veure nosaltres, no podrà ser filtrada a altres usuaris.

- Comunitat d'usuaris que col·labora en el manteniment i la creació de nous punts d'interès i conjunts de carpetes de localitzacions.

5.8 Els usuaris

El rang d'usuaris que podrien utilitzar Youbity és molt ampli. Al tractar-se d'una aplicació que pot ajudar a qualsevol persona en el seu dia a dia, pràcticament tothom podria acabar sent un potencial usuari. D'entrada, però, és possible que la major acceptació es doni en usuaris d'entre 20 i 40 anys, ja que pel tipus d'activitats diàries i relació amb la tecnologia serien els que millor encaixarien amb l'aplicació. Els usuaris més joves, inicialment, és possible que no els cridés l'atenció tot i que si el seu ús s'estengués la podrien acabar utilitzant.

5.9 Els clients

Els clients finals de l'aplicació, els que pagarien per treure'n profit, podrien ser de diverses tipologies. Hi hauria els clients interessats en l'adquisició de dades. Per arribar a ser atractius per aquest tipus de companyies caldria disposar d'un volum elevat d'usuaris i fer una bona gestió de les dades que permetés fer-les comercials i vendibles. D'altra banda hi hauria una altra tipologia de clients formada per aquelles empreses o entitats que volguessin disposar de les seves carpetes d'ubicacions públiques en posicions preferents quan els usuaris fessin cerques. Aquests clients podrien ser ajuntaments, organitzadors d'esdeveniments, botigues que busquessin una millora en el seu posicionament virtual, etc... Pagarien en funció de la visibilitat, del volum de dades, temps que volguessin estar patrocinats i podrien rebre dades dels usuaris que s'interessen per les seves ubicacions. En fases més avançades del desenvolupament de l'aplicació es podria valorar l'opció d'inserir publicitat poc invasiva relacionada amb el que l'usuari està buscant i la seva ubicació.

5.10 Target

Tractant-se d'una aplicació útil en molts àmbits, el target dels usuaris pot ser molt variat. És important, però, no perdre de vista alguns d'aquests perfils de cara a pensar en el disseny i la publicitat. Es podria dirigir als següents perfils: viatgers, fotògrafs i persones del món audiovisual, ciutadans curiosos amb ganes de descobrir llocs nous.

5.11 Mercat potencial

A banda del usuaris individuals, l'ús de l'aplicació es podria estendre a empreses que poguessin necessitar la mateixa funcionalitat, i també aquelles que volen publicitar-se. Cal pensar que moltes de les activitats que es desenvolupen en exteriors requereixen per part de l'empresa comunicar al seu treballador on ha de realitzar la feina, podríem pensar en empreses de missatgeria, empreses de neteja, de construcció, etc... També es podria donar el cas a la inversa i que fos la pròpia feina que fa el treballador la que s'hagués de documentar amb dades de geolocalització per a l'empresa, per exemple marcatge de recorreguts, localització d'elements de mobiliari urbà mòbil (lavabos químics), o treballs en platges o entorns de muntanya. Per altra

banda l'aplicació es podria utilitzar com a eina per avisar d'incidències en la via pública ja fos des del punt de vista de l'usuari o a nivell empresa.

5.12 Claus per al futur

Igual que en molts altres entorns, serà molt important adaptar-se al canvi i evolucionar de manera constant a mesura que les necessitats canviïn. En el mercat de les aplicacions les tendències i les necessitats varien. Caldrà doncs, estar preparat per millorar l'aplicació a nivell de rendiment, a nivell de disseny i a nivell de funcionalitats segons les tendències del mercat.

5.13 Competitivitat

5.13.1 Competència

En el mercat de les aplicacions mòbils coexisteixen aplicacions que realitzen les mateixes funcions, però cadascuna ho fa amb un matís diferent. En aquesta diferència és on radica l'èxit. En el cas de Youbity hi ha aplicacions semblants al mercat però cap d'elles recull totes les funcionalitats que vol oferir Youbity. Les novetats i millores que aportarà aquesta aplicació, respecte els competidors, permetran que tingui un valor afegit pels usuaris i incentivi el seu ús.

5.13.2 Principals competidors

Els principals competidors de Youbity són Foursquare i MyMaps en importància i volum de descàrregues (entre 10M i 50M en el cas de foursquare). N'hi ha altres semblants, com ara My points, my place, mapstr, però aquestes tenen un menor volum de descàrregues.

Totes les aplicacions tenen com a funció comuna el tractament de geolocalitzacions però les principals diferències són les funcionalitats, i la comoditat de Youbity per realitzar determinades tasques. A continuació es mostra una anàlisi de les dues principals competidores.

5.13.3 Anàlisi de la competència

Foursquare

És la xarxa social de les ubicacions per excel·lència. Està operativa des de l'any 2009 i ho fa per una gran quantitat de plataformes.

Està orientada a servir com a recomanador de locals de diferents tipus: restaurants, oci nocturn, botigues, etc... que els propis usuaris creen i recomanen. L'aplicació, gràcies a les dades d'ubicació del nostre telèfon, ofereix i suggereix establiments propers i ens aporta comentaris d'altres usuaris, valoracions, preus, horaris i fotografies.

Els principals inconvenients d'aquesta aplicació són:

- Greu problema de privacitat. Si bé és cert que acceptem les condicions d'ús de l'aplicació, aquesta revela la nostra ubicació de forma indirecta. També es detecten problemes de privacitat de les imatges, l'aplicació utilitza fotos privades geolocalitzades dels usuaris per afegir-les als llocs de foursquare, de manera que totes les persones que tenen l'aplicació poden accedir-hi.

- Els passos per enregistrar una nova ubicació són

complexos.

- Els punts suggerits estan enfocats principalment a restauració, oci,... però difícilment es troben llocs per a realitzar altres activitats alternatives com ara anar al parc amb els nens, punts fotografiables, etc.

MyMaps

Aplicació de google per a la creació i gestió de mapes personals. Les últimes actualitzacions incorporen moltes i interessants funcionalitats. Des del mapa es poden guardar els punts utilitzant la localització del GPS o bé utilitzant una "xinxeta" que permet buscar en el mapa el punt que volem guardar.

Els punts negatius de MyMaps són: requereix d'un cert temps per enregistrar la ubicació, i que la compartició dels mapes amb altres usuaris no registrats es fa d'una manera poc àgil.

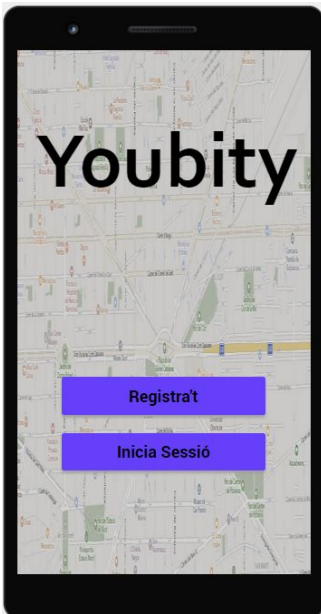
5.13.4 Competitivitat

Youbity oferiria una manera còmode i ràpida d'enregistrar les ubicacions. Determinades empreses i sectors podrien utilitzar les carpetes Youbity per als seus usuaris i d'aquesta manera mantenir un valor empresarial. Per exemple, una botiga de patinatge podria oferir la carpeta amb punts de la ciutat on patinar. Consorcis de turisme podrien oferir llocs recomanats. Cadenes de botigues o negocis podrien oferir les ubicacions dels seus establiments.

5.13.5 Prototip

S'ha realitzat un prototip per a Android com a model de l'aplicació. El prototip ha estat realitzat en Java utilitzant Android studio com a entorn de desenvolupament. Per l'emmagatzematge de les dades s'ha utilitzat la API Sugar ORM i les dades es guarden de manera local en el dispositiu. S'ha utilitzat l'Android location manager per a poder obtenir i treballar amb les coordenades que aporta el GPS del terminal mòbil.

A continuació es mostren algunes d'aquestes pantalles del prototip realitzat que serveixen com a exemple de com serà l'aplicació.

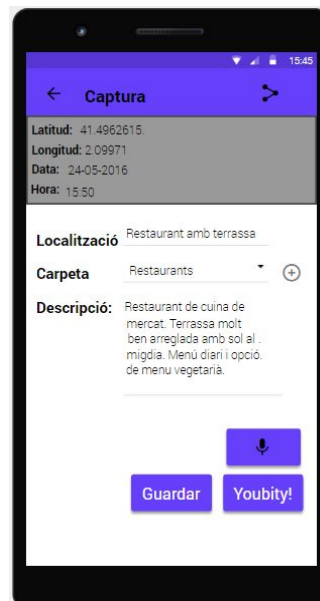
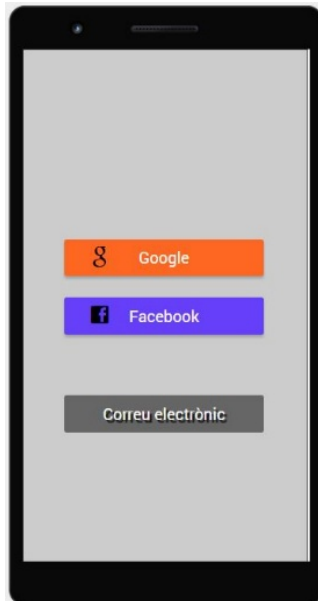


Pantalla inicial que trobem a l'obrir l'aplicació, que ens permetrà crear el nostre usuari o bé accedir-hi si ja el tenim creat. Aquesta pantalla no es mostrarà si deixem encesa l'aplicació i queda en segon pla.

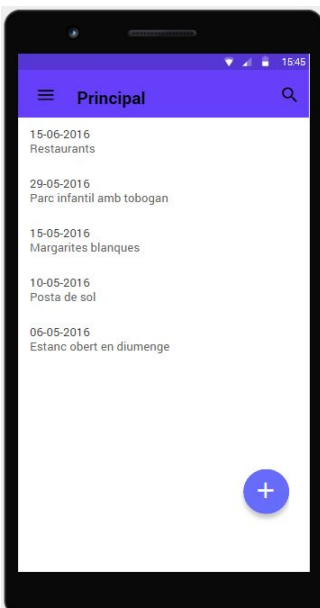
Pantalla de captura. En aquesta pantalla l'usuari podrà capturar, editar i guardar la localització. Tindrà accés a enregistrar audio amb el botó del micròfon, i es podrà guardar, al mateix temps, la ubicació en una carpeta ja existent o crear-ne una de nova. També es podrà guardar sense editar informació i quedarà guardada amb la data i l'hora.



Pantalla de registre per a usuaris de primer accés. Es permetrà el registre a partir de comptes en xarxes socials (google i Facebook) o bé a partir de correu electrònic. En el cas del registre amb correu electrònic es demanarà també de forma voluntaria l'edat i el gènere.



Pantalla de captura amb la visualització després d'haver geolocalitzat el punt on ens trobem.



Pantalla principal. És la pantalla que ens trobarem a l'iniciar l'aplicació i permetrà accedir a les diferents localitzacions emmagatzemades. Amb la pestanya superior esquerra podrà fer cerques en carpetes individuals, de grups o de comunitat. I pitjant el (+) es podran fer noves captures.

5.14 Pla de màrqueting

El pla de màrqueting, igual que el pla de vendes, constarà de dues fases diferenciades. La primera fase estarà focalitzada en augmentar el nombre d'usuaris i la segona fase es centrarà en captar clients que estiguessin interessats en els serveis de pagament que oferiria l'aplicació. A continuació es donen més detalls del pla de màrqueting.

5.14.1 Estratègia

L'estratègia que es seguirà pel pla de màrqueting vindrà plantejada en dues fases. L'empresa comptarà en tot moment amb una persona competent en l'àmbit del màrqueting i d'un pressupost per a invertir en aquelles accions que aportin en cada moment el millor benefici. En primer lloc, l'objectiu del màrqueting es centrarà en aconseguir usuaris per a l'aplicació. Tractant-se d'una aplicació tant transversal caldrà intentar arribar a una gran diversitat d'usuaris. Per fer-ho es disposarà d'un lloc web que explicarà el funcionament bàsic de l'aplicació i que servirà d'accés directe

per a poder descarregar-la. Caldrà disposar de comptes en xarxes socials amb actualitzacions periòdiques, així com la generació de contingut de valor que permeti atreure als usuaris. D'altra banda, part del pressupost en màrqueting podria invertir-se buscant el format més interessant en google adWords que permetrà arribar a un elevat nombre d'usuaris. Caldrà buscar altres mètodes en paral·lel que no tenen perquè ser digitals, com ara intentar buscar l'aparició en mitjans de premsa sempre intentant generar contingut atractiu, no només la simple publicitat.

Una bona acceptació per part dels usuaris i un ús elevat de l'aplicació donaria pas a la segona fase del pla de màrqueting i vendes. En aquesta segona fase es buscarien i es contactaria amb possibles clients interessats en determinats productes de pagament que ofertaria l'aplicació, com ara venda de dades, oferir posicionament preferent de carpetes d'ubicacions amb una validació oficial feta per l'aplicació.

5.15 Pla de vendes

El pla de vendes de l'aplicació estaria fortament marcat per dues fases. En una primera fase l'objectiu serà el de l'expansió en el mercat i increment del nombre d'usuaris que descarreguen i utilitzen l'aplicació.

En una segona fase es buscarien mecanismes i clients per poder monetitzar beneficis. Els mètodes podrien ser diferents i a continuació se n'exposen alguns:

Venda de dades anònimes:

Cal pensar que els usuaris de l'aplicació per poder-la utilitzar estaran registrats, o bé a través de xarxes socials o bé amb registre propi on es preguntarien algunes dades genèriques com ara edat i gènere que permetrien tenir bona informació sobre qui, a quines hores, on, per quins motius, es fa servir l'aplicació. Permetria conèixer xarxes d'usuaris que interactuen per la banda de comunitat i entendre quins són els interessos en cada moment i quins temes es consulten més sovint.

Posicionament de carpetes de localitzacions:

Una altra possibilitat seria oferir a empreses i entitats, com ara ajuntaments, l'opció de pagar una quota anual. El pagament permetria que determinades carpetes creades per les entitats, amb localitzacions que els convé fer conèixer o promocionar entre els ciutadans, estiguessin certificades amb un segell atorgat per Youbity i incrementar la seva visibilitat i aparició en les cerques. S'hauria de marcar un rang de preus en funció del nombre de localitzacions, de subcarpetes i de tipologies de punts que poguessin ser cercats amb diferents paraules claus.

Aquest model de posicionament de carpetes de localitzacions podria també disposar de tarifes en funció dels períodes d'aparició, l'impacte, o el tipus de públic al qual es suggereixen les ubicacions. Per exemple, en el cas d'esdeveniments de cap de setmana pot no interessar una quota anual.

Publicitat:

Pagament per part dels clients per inserir publicitat intercalada entre les carpetes d'ubicacions tenint en compte els paràmetres de la cerca i les dades dels usuaris.

Pagament per no publicitat:

Un altre model seria, en el cas de que hi hagués publicitat, permetre pagar per una actualització que l'eliminés.

5.16 Organització i recursos humans

Els costos principals a tenir en compte per a la realització de l'aplicació vindran determinats pels costos dels recursos humans, els costos dels serveis utilitzats, els costos materials i la despesa en concepte de lloc de treball i els seus derivats.

Es realitza un càlcul de la despesa del primer any des de l'inici de creació de l'empresa i de l'aplicació. A continuació s'expliquen els conceptes que es tindran en compte per calcular cadascuna de les despeses.

Equip humà:

L'equip humà està format, d'una banda per personal fixe contractat durant tot l'any, i de l'altra d'un equip extern que treballarà només durant els tres primers mesos de posada en marxa.

El personal fixe és compon d'un CEO/CTO, un Business developer, un encarregat de màrqueting, un developer d'android i IOS i un web developer.

Durant els primers tres mesos es comptarà amb tres desenvolupadors més. Un d'android, un de IOs i un de web. Aquest personal es contractarà com a freelance per evitar despeses de seguretat social. La idea és contractar personal molt expert que posi en marxa l'aplicació i que permeti al personal fixe tenir l'estructura i el funcionament construït per, una vegada passat aquest període inicial, poder encarregar-se del seu manteniment i millora.

Equip humà				
Càrrec	Salari € Any	Cost anual SS	Mesos treball	Cost €/Any
CEO/CTO	25000	7813	12	32813
Business Developer	25000	7813	12	32813
Màrqueting	18000	5625	12	23625
iOS Developer	30000	-	3	7500
Android Developer	30000	-	3	7500
Web Developer	30000	-	3	7500
iOS/Android Developer	18000	5625	12	23625
Web developer	18000	5625	12	23625
Total €				159001

Instal·lació:

Es llogarà una oficina per poder fer el desenvolupament de l'aplicació. En aquest apartat es tindran en compte les despeses derivades d'aquest lloguer i els seus consums, així com altres despeses relacionades amb l'oficina. Es tindrà en compte el material fungible d'oficina i en un altre concepte el subministrament de l'oficina (paper de wàter, bosses escombraria, cafès, tovallons,...) Per altra banda en aquest apartat es contemplen les despeses mensuals del cost de gestoria que es subcontractarà. També les despeses mensuals de telecomunicacions i servidors. Pel que fa als servidors, inicialment es començarà amb un servidor del tipus cloud VPS que permetrà satisfer les necessitats dels usuaris a la base de dades per tenir accés a les ubicacions. En cas que calgui escalar les prestacions del servidor, el proveïdor ens ho permetria. Cal pensar que les fotografies i els àudios dels usuaris poden arribar a ocupar un elevat volum de dades i seran aquests tipus de dades els que caldrà tenir en compte per evitar problemes de funcionament. Es contempla també, en aquest apartat, la despesa anual derivada de la compra del domini per a la web.

Instal·lació		
Concepte	Euros/mes	Euros/any
Lloguer oficina	1500	18000
Electricitat	75	900
Aigua	75	900
Material oficina	100	1200
Subministrament oficina	200	2400
Manteniment i neteja	150	1800
Gestoria	500	6000
Servidors	15.83	190
Telecomunicacions	200	2400
Domini		15
Total		33715

Infraestructura tecnològica:

Pel que fa a la infraestructura tecnològica caldrà proveir-se d'ordinadors portàtils per als treballadors assalariats i d'equips de teclat i ratolí i monitors per treballar més còmodament. Pel que fa als treballadors freelance seran ells els qui aportaran els seus ordinadors portàtils i se'ls facilitarà monitor, teclat i ratolí. En acabar el període de treball dels freelance, els seus monitors, teclats i ratolins quedaran a l'oficina com a recanvi.

Infraestructura tecnològica			
Concepte	Preu unitat euros	Unitats	Euros
Portàtils	1500	5	7500
Teclats i ratolins	20	8	160
Monitors	120	8	960
Total			8620

Despeses úniques:

En aquest apartat es mostren quines seran les despeses que s'hauran de pagar una sola vegada al constituir l'empresa. Aquestes seran les referents al registre de la marca (que

s'ha de renovar cada deu anys) que permetrà protegir part de la identitat de l'aplicació. El registre de l'empresa com a Societat limitada. Pel que fa al programari, s'intentaria utilitzar el de Microsoft aprofitant el Bizspark, un programa de promoció de Microsoft per a empreses de nova creació que permet disposar del seu programari durant 3 anys. Per aquest projecte, Windows Server, Microsoft SQL Server, Microsoft Office SharePoint Portal Server i que costaria 100\$ que es pagarien en acabar el programa.

Despeses úniques	
Concepte	Euros
Registre de la marca	122.89
Registre de la SL.	400
Bizspark	89
Total	611.89

Altres despeses:

En aquest apartat es contemplen altres despeses que s'hauran de tenir en compte com ara les despeses assignades a màrqueting, les despeses per a viatges que es puguin haver de fer per assistir a congressos fora de la ciutat, despeses en dietes per aquests viatges o trobades amb clients fora de l'oficina. També es contempla dedicar una part dels diners per a invertir en activitats de cohesió de l'equip.

Altres despeses		
Concepte	Euros/mes	Euros/any
Màrqueting		5000
Viatges	100	1200
Dietes	100	1200
Team Building	120	1440
Total		8840

Una vegada desglossades totes les despeses podem concloure que amb un capital de 210788€ podríem posar en marxa l'empresa durant el primer any. Durant aquest període caldrà captar molts usuaris per poder obtenir un retorn monetari que permeti a l'aplicació començar a ser autosuficient a nivell econòmic.

Conjunt despeses	
Despesa	Euros
Equip humà	159001
Instal·lació	33715
Infraestructura tecnològica	8620
Despeses úniques	611.89
Altres despeses	8840
Total	210788

5.17 Aspectes legals

Per a la realització de l'aplicació caldrà tenir en compte diferents aspectes legals.

Registre

Pel que fa al registre legal de l'aplicació hi ha principalment dos aspectes a tenir en compte. Per una banda el registre de la marca. Paral·lelament també caldrà fer el registre de l'empresa que seria en forma d'una societat limitada.

Marc Normatiu

L'aplicació haurà de complir determinades normatives de l'àmbit de les TIC. Caldrà redactar les condicions d'ús i veure tot el que comporten. Cal pensar que hi haurà un registre d'usuaris i cal tenir en compte tot el que això comporta a nivell jurídic. També s'hauran de considerar els permisos sol·licitats als usuaris i el tractament de les dades.

6 LÍNIES FUTURES

La realització d'aquest projecte ha servit per crear una base del que podria acabar sent un producte real i vendible.

En un futur voldria que l'aplicació es pogués acabar realitzant, per tal de poder utilitzar-la tal i com ha estat concebuda. Seria important emmagatzemar les dades en un servidor per tal de poder alliberar memòria del dispositiu mòbil i poder compartir-la fàcilment amb altres usuaris. També seria molt interessant poder comptar amb un sistema cartogràfic que permetés mostrar les ubicacions sobre un mapa i inclús integrar-ho amb altres sistemes que permetessin indicar-nos com arribar-hi des del lloc on ens trobem.

7 CONCLUSIÓ

El mercat de les aplicacions mòbils no ha parat de créixer i és un àmbit en el què es poden realitzar molts productes que puguin fer la vida més fàcil i còmode a moltes persones. Cal estar molt al dia de totes les novetats i de la tendència del mercat per poder innovar i crear productes atractius. Pel que fa a la part del negoci, la realització del projecte ha servit per veure el cost que pot arribar a tenir i destacar la importància que les idees siguin monetitzables. La nova aplicació Youbity permet oferir als usuaris un conjunt de funcions novedoses que els permetrà fer la seva vida més còmoda.

La realització d'aquest projecte, ha servit per animar-me a continuar treballant en la realització d'aplicacions mòbils i en la posada en marxa de noves idees en forma de projecte.

AGRAÏMENTS

Per finalitzar aquest article volia donar les gràcies a la meva tutora Yolanda Benítez Fernández pels seus consells i ànims durant tot el projecte i als companys, amics i coneguts que en certa manera han estat partíceps de la maduració d'algunes de les idees.

BIBLIOGRAFIA

- [1] GooglePlay
<https://play.google.com/store?hl=es> [Data de consulta 19/02/2016]
- [2] Metodologia espiral
https://en.wikipedia.org/wiki/Spiral_model [Data de consulta 4/03/2016]
- [3] Android Studio
<https://developer.android.com/studio/index.html> [Data de consulta 20/03/2016]
- [4] SgOliver
<https://sgoliver.net> [Data de consulta 25/03/2016]
- [5] Obtención de Geolocalización en android Studio
<http://expocodetech.com/expo-tips-como-obtener-la-ubicacion-actual-con-el-gps-de-android/> [Data de consulta 25/03/2016]
- [6] Sugar ORM
<http://satyan.github.io/sugar/> [Data de consulta 16/04/2016]
- [7] MyMaps
<https://www.google.com/maps/d/> [Data de consulta 29/04/2016]
- [8] Foursquare
<https://es.foursquare.com/> [Data de consulta 29/04/2016]
- [9] Informació Foursquare
<https://es.wikipedia.org/wiki/Foursquare> [Data de consulta 29/04/2016]
- [10] Monetización App
<https://www.lancetalent.com/blog/6-estrategias-infalibles-monetizar-app/> [Data de consulta 28/05/2016]
- [11] Plan de negocio
<https://www.lancetalent.com/blog/como-hacer-un-plan-de-negocio/> [Data de consulta 26/05/2016]
- [12] Estudio ONTSI
<http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/informe-anual-la-sociedad-en-red-2014-edici%C3%B3n-2015> [Data de consulta 26/05/2016]
- [13] Estudi marquetig
<http://www.antevenio.com/blog/2016/01/20-estadisticas-de-marketing-en-2015> [Data de consulta 26/05/2016]
- [14] Dell España
<http://www.dell.es/> [Data de consulta 7/06/2016]
- [15] PcComponentes
<http://www.pccomponentes.com/Asdc> [Data de consulta 7/06/2016]
- [16] Bizspark
<https://www.microsoft.com/bizspark> [Data de consulta 7/06/2016]
- [17] Adweek
<http://www.adweek.com/socialtimes/how-companies-are-using-omni-channel-marketing-to-reach-customers-infographic/619265> [Data de consulta 10/06/2016]
- [18] Oficina Española de patentes y marcas
<http://www.oepm.es/es/index.html> [Data de consulta 20/06/2016]
- [19] Gigas servidores
<https://gigas.com/en/> [Data de consulta 22/06/2016]

APÈNDIX

A1. DIAGRAMES DE CASOS D'ÚS

