

Run away: aplicació per a android

Presentació

El meu contacte amb el món de la tecnologia va començar molt aviat i sempre ha estat present en la meua vida. Als cinc anys ja vaig començar a jugar amb la meua primera consola portàtil, la famosa Game Boy; més endavant, la vaig substituir per la PSP. Als set anys, vaig començar a jugar amb la Playstation 2; després d'uns anys vaig tenir la Xbox 360 i, finalment, la Playstation 4. Als dotze anys vaig aconseguir el meu primer mòbil, després de força temps de demanar-lo. Era un Nokia amb el qual només podia trucar i enviar missatges, fins arribar a l'actual, un Sony Xperia amb 4G. Per altra banda, a quart d'ESO, lògicament, vaig triar com a matèria optativa Informàtica, i em van ensenyar a fer una aplicació amb la web Appinventor. Tot i que era una manera molt senzilla de fer-ho, em va descobrir un món en què m'agradaria treballar en un futur. Va ser a partir d'aquest moment que vaig començar a pensar en la possibilitat de triar aquest tema per al meu treball de recerca. Una aplicació de mòbil és un programa informàtic dissenyat per ser utilitzat només en telèfons intel·ligents, tauletes tàctils i altres dispositius mòbils. Es poden adquirir a través de plataformes de distribució d'aplicacions. Algunes app són lliures, és a dir, gratuïtes, mentre que altres són de pagament. L'objectiu de les aplicacions és facilitar informació al consumidor, a partir d'un programa informàtic que sigui fàcil de



manejar i útil. Les primeres aplicacions daten de finals dels anys 90 del segle passat. Es coneixien com l'agenda o jocs *arcade* que complien funcions molt elementals i el seu disseny era molt simple. Cap al 2007 van començar a sorgir unes innovacions tecnològiques que van fer sorgir els primers *smartphones* i això va produir que apareguessin milers d'aplicacions gràcies al fet que qualsevol persona les podia fer i també perquè es podien descarregar des del *market* de cada sistema operatiu. Una vegada es va escollir fer un treball sobre les aplicacions de mòbil es van plantejar els següents objectius:

- Analitzar les categories més populars de les aplicacions del sistema operatiu Android.
- Esbrinar les principals característiques que ha de reunir una aplicació per destacar en el mercat.
- Dissenyar i crear una aplicació.
- Publicar l'aplicació a Google Play.
- Promocionar l'aplicació en diferents xarxes socials.

Metodologia

Es va iniciar el treball amb una recerca d'informació sobre els diferents tipus d'aplicacions i les seves característiques en diferents pàgines d'Internet. A continuació, es van seleccionar diferents tipus d'aplicacions per analitzar-les. El criteri que es va seguir va ser seleccionar aquelles més descarregades durant el 2014 segons Google Play i l'App Store, apps que fan la funció de botiga i on es poden descarregar aplicacions. De les cinquanta més descarregades de l'any 2014, se'n van triar deu del sistema operatiu Android, i unes altres deu del sistema operatiu iOS, i de cada sistema es van triar tres categories diferents: salut i esports, viatges i guies, i fotografia. Per fer l'anàlisi de les aplicacions es va fer mitjançant una fitxa. Per tal d'obtenir informació sobre les aplicacions, es va fer dues entrevistes a dues persones que estan o han estat involucrades professionalment en aquest món. Es va entrevistar a David Torrell, director tècnic de Voitic i a Sylvia Lorente, responsable del departament de gestió de compres i productes de l'empresa GoldenGekko. Pel que fa a la creació de l'aplicació, es va triar el sistema operatiu Android perquè és el més comú entre tots els dispositius *smartphones*, i també perquè amb Android és més fàcil de penjar-lo a Play Store, i només s'ha de pagar uns 23 euros per donar-se d'alta com a desenvolupador a Play Store. Es va seleccionar el programa Mobincube per crear l'aplicació perquè no es tenien suficients coneixements de programació per fer-ho amb altres programes. La categoria que es va escollir va ser Salut i forma física, ja que és de les menys explotades del mercat. Es va triar com a idioma

per a l'aplicació el castellà, amb l'objectiu d'arribar a un públic més ampli. Per crear totes les icones de l'aplicació es van utilitzar eines com els programes Adobe Illustrator CS5.1 i la pàgina web Pixlr. Es van crear totes les icones de l'aplicació agafant les imatges de la pàgina web Freepik. Es va optar per una estètica minimalista amb el propòsit de diferenciar-se d'altres aplicacions de temàtica semblant. Per fer l'aplicació es va començar pel juliol i es va acabar a principis de novembre, el dia 7 de novembre del 2015 es va penjar l'aplicació a Google Play.

Un cop acabada l'aplicació es va exposar a quatre xarxes socials. Aquestes són les següents: Facebook, Twitter, Instagram i Google Plus.

Una vegada acabada l'aplicació i publicada a Google Play, es va passar un qüestionari, a través de *Formularios de Google*, a persones especialitzades i a usuaris d'aplicacions d'esports.

Resultats i anàlisi dels resultats

Pel que fa a les respostes de l'entrevista a Sylvia Lorente, explica que una aplicació ha de tenir un disseny senzill, que capti fàcilment l'atenció de l'usuari i que sigui fàcil d'utilitzar. Perquè una aplicació sigui mundialment coneguda, ha de destacar en un dels àmbits següents: informació, entreteniment o efectuar una tasca. Per portar a terme l'aplicació del treball, recomana dissenyar una app en l'entorn web o fer servir Appinventor. Pel que fa a les respostes de l'entrevista a David Torrell, comenta que una aplicació per tal que tingui èxit ha de ser d'àmbit social, ha de cobrir una necessitat i ha de ser prou bona perquè els usuaris se la recomanin els uns als altres.

Es va triar elaborar una aplicació sobre esports, especialment *running* i ciclisme, oferint diverses rutes per a la pràctica d'aquests esports en diferents llocs geogràfics de Catalunya. Per això es va triar el nom de Run Away, perquè en anglès significa 'fugir' o 'escapar-se', fent referència a fugir de la rutina del treball i de l'estudi que ens absorbeix fins al punt que molts cops no ens deixa temps per practicar esport. L'aplicació consta d'unes 35 pantalles que estan dividides en quatre blocs: el primer de contactes; el segon de rutes, hi ha quatre rutes per cada territori, els territoris que es van escollir van ser: Barcelona, Tarragona, Reus i Costa Daurada; el tercer bloc és d'exercicis, on hi ha cinc exercicis de cames, braços i cos; i l'últim bloc és una galeria d'imatges preses durant les rutes.

L'aplicació ha estat valorada amb un qüestionari, que es troba a la metodologia. S'ha passat el qüestionari a tres experts, persones que professionalment estan vinculades amb les apps o amb la informàtica, i a tres usuaris, persones amants de l'esport, especialment del *running*. De les respostes donades pels entrevistats, es va crear la següent taula amb la valoracions de cada apartat, les valoracions anaven de l'1 al 5, essent 1 la més baixa i 5 la més alta.

Conclusions

En aquest treball s'han aconseguit tots els objectius que s'havien plantejat a l'inici. Després d'analitzar les aplicacions més destacades del mercat per a Android i iOS durant l'any 2014, es conclou que la gran majoria són gratuïtes, ocupen poca capacitat al mòbil, inferiors a 100 Mb, són fàcils de fer funcionar i ràpides de descarregar. D'entre les aplicacions analitzades, les més destacades són les de fotografia.

Run Away s'ha aconseguit crear amb la web Mobincube i la temàtica d'aquesta aplicació és bastant innovadora, ja que en el mercat no hi ha aplicacions idèntiques a aquesta, les que s'hi assemblen més són: Runtastic i Wikiloc. Però no hi ha cap aplicació que se centri a oferir rutes originals i innovadores pel territori català, i menys a nivell local, i això augmenta el grau de satisfacció de l'usuari. La mida que ocupa l'aplicació al mòbil és de 35 Mb.

El correu de l'aplicació de Run Away va rebre, durant les dues setmanes posteriors a haver-se publicat a Google Play, uns correus en els quals un seguit d'empreses van demanar permís per crear un apartat a la seva web amb la informació de Run Away que surt a la pàgina de Google Play. La primera web en posar-se en contacte va ser Appszoom, i a més aquesta empresa va oferir fer publicitat. La segona que es va posar en contacte va ser Mobile Action. La tercera web que es va posar en contacte va ser AdBuddiz, per oferir la possibilitat de posar publicitat a l'app i obtenir, a canvi, uns beneficis. I finalment, la web Knicket, de Berlín, també es va posar en contacte per fer referència a Run Away, fins a l'extrem que van traduir la descripció a l'alemany per a la seva web.

Bibliografia

– GOOGLE PLAY. *Aplicaciones más destacadas del 2014* <https://play.google.com/store/apps/collection/promotion_3000f13_best_of_2014> – LANCETALENT. *Tipos de aplicaciones móviles, ventajas y desventajas* <<http://www.lancetalent.com/blog/tipos-de-aplicaciones-moviles-ventajas-inconvenientes/>> – WIKIPEDIA. *Aplicación* <http://es.wikipedia.org/wiki/Aplicaci%C3%B3n_m%C3%B3vil>.