



REfinder

Memoria de la aplicación

Judith Amador
Catherine Lavall
Institut Manuel Carrasco i Formiguera
2021-2022

Índice:

0.-Presentación.	3
0.1.-Integrantes del equipo.	3
1.-Descripción de la aplicación.	4
1.1.-Nombre de la aplicación.	4
1.1.1.- Logo y eslogan.	4
1.2.-Objetivo de la aplicación.	5
1.2.1.- ODS correspondiente.	5
1.3.-Público al que va dirigida.	6
1.4.-Pantallas de la aplicación.	6
1.4.1.-Programación.	6
1.5.-Web.	12
2.-Plan de marketing y publicidad.	13
2.1.-Encuesta.	13
2.2.-Plan de marketing (esquema).	16
2.3.-Herramientas de marketing.	17
3.-Análisis de la competencia.	19
3.1.-Establecer competencia.	19
4.-Modelo de negocio y monetización.	21
4.1.-Modelo de negocio.	21
4.2.-Monetización.	22



0.-Presentación:



REfinder ha sido creado por un pequeño grupo de estudiantes de 4º de la ESO del Institut Manuel Carrasco i Formiguera, que ha estado trabajando durante meses para poder presentar hoy una aplicación que podrá ayudar a nuestras comunidades y solucionar problemas que nos afectan a nivel global.

0.1.- Integrantes del equipo:

REfinder ha sido creada por las componentes siguientes:



Judith Amador - Comunicación y programación.

Judith Amador se ha encargado de la parte estética de la aplicación además de programarla.

Asimismo se ha ocupado del estudio de la competencia para saber los puntos fuertes de la aplicación, y de su monetización.



Catherine Lavall - Comunicación y publicidad.

Catherine Lavall se ha encargado de la parte publicitaria y promocional, una de las más importantes para toda empresa ya que es la manera de conseguir clientes.

También ha organizado nuestro plan de marketing para REfinder.



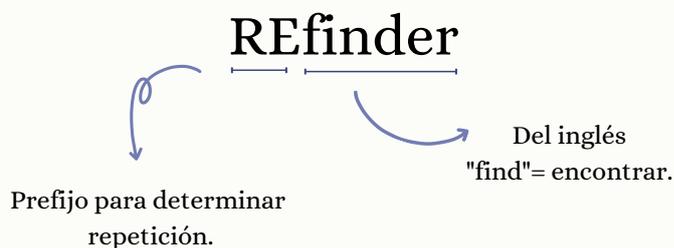
1.- Descripción de la aplicación:

REfinder es tu nueva "thrifting shop" pero con la comodidad de tenerla en tu móvil, y disponible en cualquier dispositivo, ya sea iOS o Android.



La aplicación te permite darle un nuevo hogar a todo tipo de objetos desde artículos de ropa a muebles; y ayudar en otros ámbitos como: la recogida de animales, detener la deforestación o conseguir la abolición de las macrogranjas.

1.1- Nombre de la aplicación:



Con este nombre remarcamos el objetivo de la aplicación: encontrar y darle una segunda oportunidad a diferentes objetos que estén en condiciones de seguir siendo utilizados.

1.1.1.-Logo y eslogan:



El logo de nuestra app está formado; mayormente por la ilustración de unos edificios en una ciudad, ya que evitamos el consumismo en éstas; el nombre de la aplicación y nuestro eslogan.

Nuestro eslogan; el cual aparece en el logo, el póster y nuestras redes sociales es *Everything deserves a second chance*, que significa "Todo merece una segunda oportunidad" en inglés.

Hemos decidido que este sea nuestro eslogan porque simboliza la idea de que otra persona puede utilizar cosas que tú ya no usas.



1.2.- Objetivo de la aplicación:



El objetivo de esta aplicación es darle una nueva vida a ropa, muebles o elementos de decoración; entre otros, para que empresas grandes no sigan generando más artículos cuando los antiguos siguen funcionando a la perfección.

Al mismo tiempo que nuestros usuarios hacen compras o venden sus propios productos, irán acumulando unos pequeños símbolos en forma de arbolillos (fin), por cada una de estas figuras nuestra empresa planta 1 árbol. La plantación de las arboledas se hace cuando el recuento de fines general (de todos los usuarios en la app) con la colaboración de proveedores de Cataluña.



Inicialmente empezaremos con esta campaña, pero es posible que más adelante se pudiese cambiar nuestro objetivo y trabajar en otros ámbitos como por ejemplo la abolición de las macro-granjas, la acogida de animales o la protección de la bio-diversidad en el océano. Probablemente haríamos una encuesta por redes sociales preguntándoles a los usuarios el próximo objetivo.

1.2.1- ODS correspondientes:

Creemos que es muy importante atender y garantizar la sostenibilidad de nuestras comunidades para asegurar un futuro más prometedor para siguientes generaciones.

11.- Creemos que no podemos tener unas ciudades y comunidades sostenibles si no hay una regularización de producción.



12.- Si no controlamos las ciudades codiciosas y consumistas en las que vivimos no tendremos unas en las que vivir en el futuro.



1.3- Público al que va dirigida:

REfinder está dirigida a cualquier persona que quiera contribuir a la abolición de empresas que produce en masas o en los medios que utilizan, y que además tenga a su disposición un dispositivo electrónico; como un teléfono, tableta o ordenador, para poder hacer las transacciones de compra/venta.

1.4- Pantallas de la aplicación:

Seguidamente se mostrarán las pantallas de la aplicación con la programación correspondiente. Tanto la programación como el diseño, se han realizado con App Inventor (<https://appinventor.mit.edu/>)

1.4.1- Programación:

Página Principal



Lo primero que ve nustr@ usuari@ al descargarse la aplicación es esta pantalla de inicio en la que aparecen imágenes y enlaces para artículos de nuestra empresa y de otras grandes ONG's.

El/la usuari@ podrá clicar en el botón situado en la parte superior derecha de la pantalla para que otros 2 botones se desplieguen; para registrarse o para ir a la tienda; o pulsar en uno de nuestros artículos e informarse.

```

cuando Botón1 .Clic
ejecutar poner Botón2 Visible como cierto
ejecutar poner Botón4 Visible como cierto

cuando Imagen2 .Clic
ejecutar abrir otra pantalla Nombre de la pantalla consumisme

cuando Botón4 .Clic
ejecutar abrir otra pantalla Nombre de la pantalla Shop

cuando Botón2 .Clic
ejecutar abrir otra pantalla Nombre de la pantalla Registrat
    
```

Artículos / Proyectos:



Este sería un ejemplo de la pantalla que aparecería al pulsar en uno de nuestros artículos.

Esta estaría formada por: Información detallada sobre el proyecto, imágenes gráficas, enlaces para otras crónicas de diversas fuentes y un botón que te deja inscribirte a posibles actividades relacionadas.

También podrás encontrar un pequeño botón con una flecha que te permitirá retroceder y volver a la página principal.

```

cuando atras .Clic
ejecutar abrir otra pantalla Nombre de la pantalla Screen1
    
```



Registrarse:



12:22

Regístrate

Regístrate para ayudar a REfinders:

Nombre y contacto:

Nombre:

Apellidos:

Correo:

Contraseña:

Política de privacidad Desde REfinders ESPAÑA trataremos los datos aportados en calidad de Responsable del tratamiento con la finalidad de gestionar nuestra relación contigo, en pro de nuestros objetivos fundacionales, incluyendo en algunos casos el envío de información sobre nuestras actividades, en base al consentimiento o a la ejecución de un acuerdo.

Acepto la política de privacidad.

Regístrate Ya tengo cuenta

Para que la/el usuari@ pueda utilizar la aplicación comprando y vendiendo productos tendrá que pulsar el botón de registrarse en la página principal.

Esta pantalla está formada por cuatro campos de texto en los que se tendrá que introducir el nombre del usuario, apellido, un correo y la contraseña.

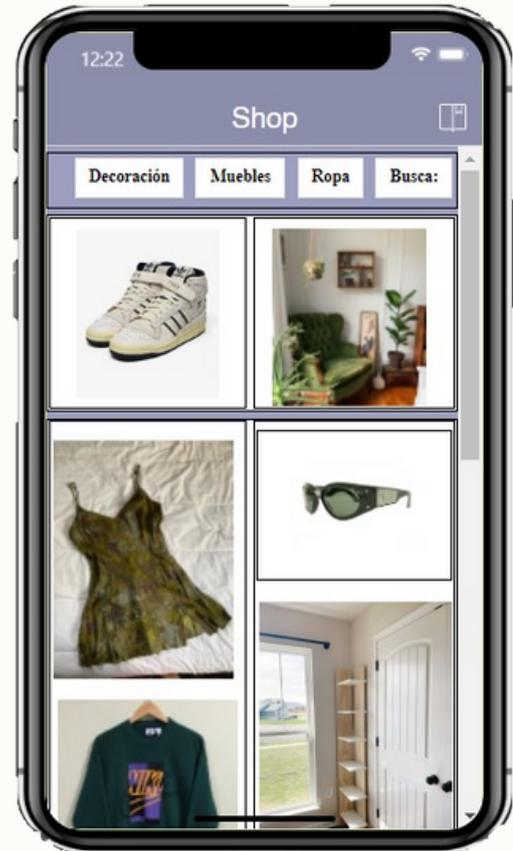
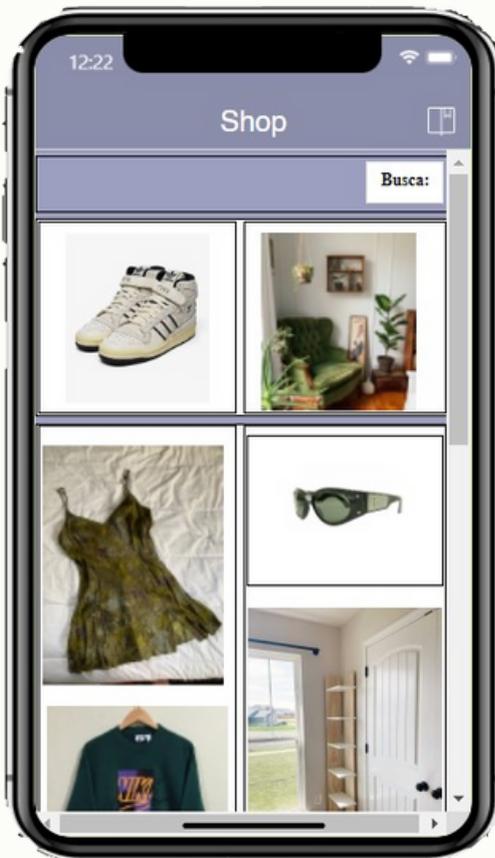
Después tendrá que aceptar nuestra política de privacidad y clicar al botón de registrarme.

Si la persona no acepta la política, o se deja uno de los campos vacío, un notificador le avisará para que repita la operación.

Al final de la página también podrás encontrar un botón para volver a la página principal.

Programación >>

Tienda:



Si en la página principal la/el usuari@ decidiese clicar el botón de shop en vez de registrarse le llevaría a esta página.

La pantalla esta formada con todos los diferentes artículos intercalados, y en la parte superior un botón de *Buscar*, que desplegará otros 3 botones con secciones específicas de: ropa, muebles y elementos de decoración.

En la parte inferior de la página encontrará un botón para volver a la página principal.

```

cuando Botón1 .Clic
ejecutar poner Botón2 .Visible como cierto
poner Botón3 .Visible como cierto
poner Botón4 .Visible como cierto

cuando Botón2 .Clic
ejecutar abrir otra pantalla Nombre de la pantalla Muebles

cuando Botón3 .Clic
ejecutar abrir otra pantalla Nombre de la pantalla Decoración

cuando Botón4 .Clic
ejecutar abrir otra pantalla Nombre de la pantalla Ropa

cuando Botón5 .Clic
ejecutar abrir otra pantalla Nombre de la pantalla Screen1

cuando Imagen1 .Clic
ejecutar abrir otra pantalla Nombre de la pantalla Shoes
    
```



Ejemplo de producto:



Esta sería una demo de cómo aparecería un producto en la aplicación.

Las pantallas estarán formadas por imágenes del artículo, el usuario, el nombre del producto con una pequeña descripción, y tres botones.

Uno de ellos para comprar, el segundo para escribir al vendedor@ y el último para enviar una oferta.

En la parte inferior derecha se encontrará otro botón para volver a la tienda.

cuando Botón2 .Clic
ejecutar abrir otra pantalla Nombre de la pantalla Shop

Páginas específicas:



Ropa



Muebles



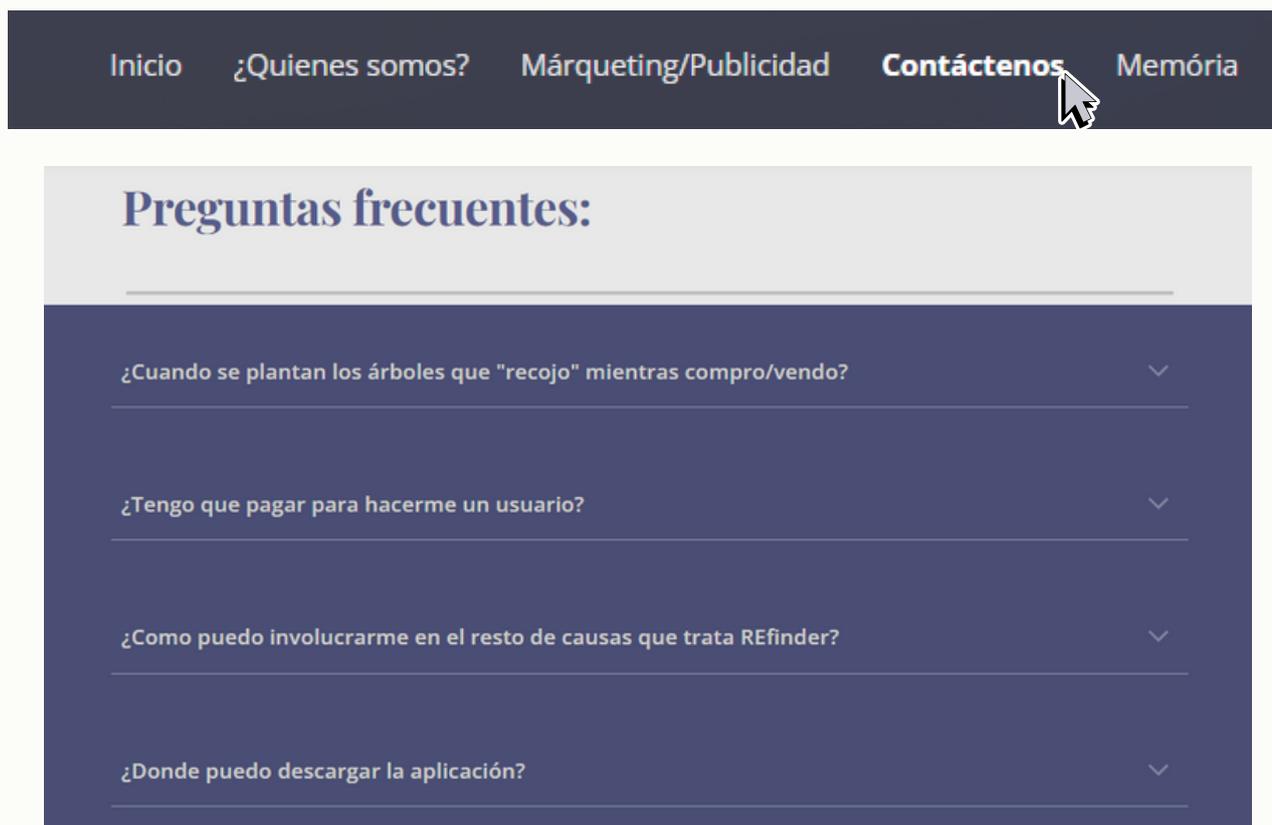
Decoración

Estas pantallas contienen lo mismo que la tienda y están programadas de la misma manera, pero son específicas para un solo tipo de artículos. También tiene un botón en la parte inferior derecha para volver a la página anterior.



1.5- Web:

En la web de REfinder podrás encontrar información sobre la finalidad y utilización de la aplicación, centro de ayuda y respuestas a dudas frecuentes. Esta fue creada con Google Sites.



Dispone también de un apartado con nuestra dirección de correo electrónico refinderoficinas@gmail.com, a través del cual nos pueden contactar para aportar sugerencias o resolver dudas.

¿Aún tienes dudas sobre la aplicación o quieres más información?

Puedes contactarnos a nuestro correo:

refinderoficinas@gmail.com



2.- Plan de Marketing y Publicidad:

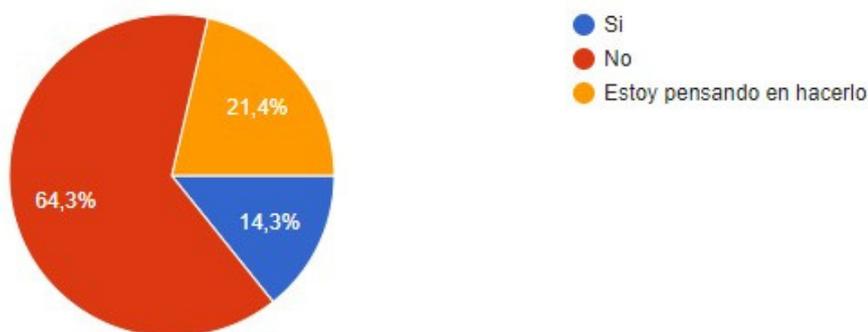
2.1.- Encuesta:

Hemos realizado una encuesta entre gente al azar de diferentes rangos de edades (desde 15-48 años) antes de finalizar el proyecto, para poder tener una idea de cómo reaccionaría la gente a REfinder. Obtuvimos 28 respuestas.

La encuesta contiene 6 preguntas:

1.- ¿Has colaborado alguna vez con una ONG o compañía que ayuda en estos sectores?

28 respuestas



En la primera pregunta de la encuesta queríamos saber si el público estaba familiarizado con campañas ONG y/o si les interesaban.

2.- Si la respuesta ha sido sí, ¿de qué era la cooperativa?

5 respuestas

he donado ropa a la humana

Para publicar un libro

Oxfam Intermón

Cáritas

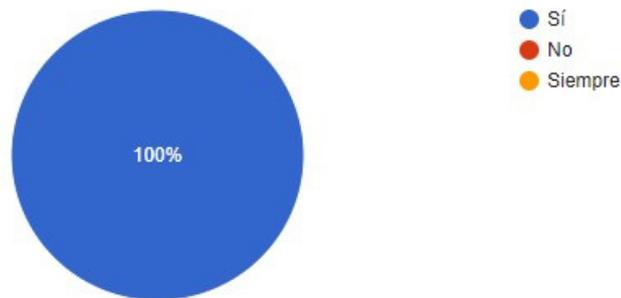
Cáritas

En la segunda preguntamos a l@s que sí habían participado, donde lo habían hecho y obtuvimos Cáritas dos veces.



3.- ¿Has comprado alguna vez online?

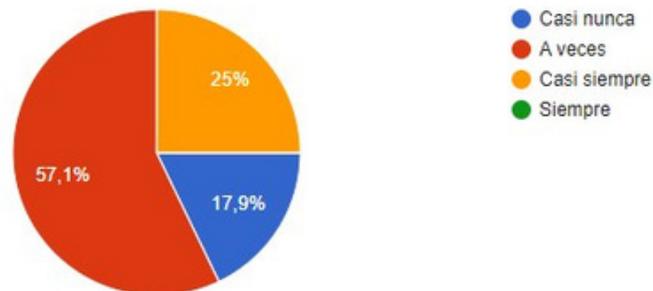
28 respuestas



La tercera pregunta iba más dirigida a la parte de compra/venta de la app, para ver si la gente consumía *online-shops*.

4.- Si la respuesta es sí ¿con qué frecuencia lo haces?

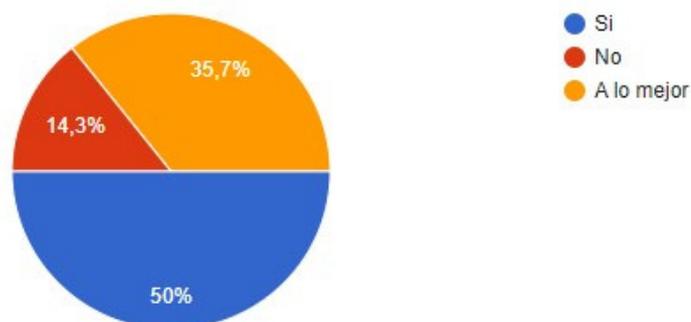
28 respuestas



Luego preguntamos la frecuencia de las compras. Una gran parte respondió que a veces, y casi nunca y casi siempre fueron las siguientes opciones más votadas.

5.- ¿Te gustaría colaborar para acabar con el consumismo en masa?

28 respuestas

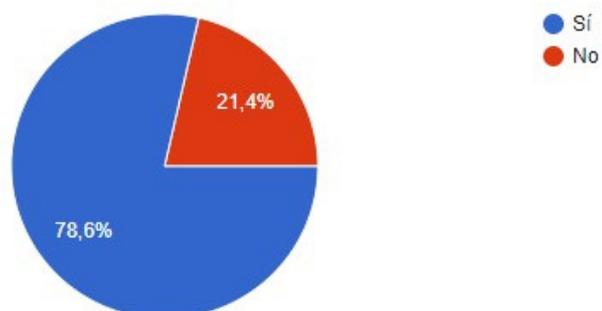


La quinta pregunta cuestiona a los usuarios sobre quieren acabar con el consumismo en masa que es el objetivo principal de REfinder.



6.- Habiéndote informado previamente sobre REfinder y lo que hace, ¿Estarías dispuest@ a utilizar la aplicación?

28 respuestas



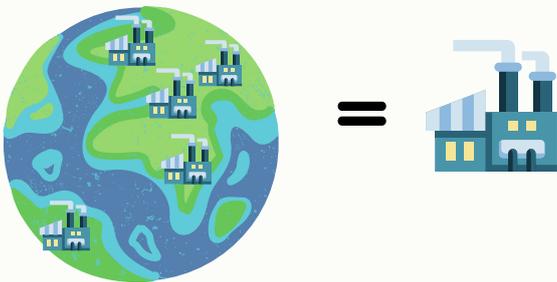
Para finalizar a encuesta, consultamos a los participantes si estarían en descargarse la aplicación, y la gran mayoría dijo que sí.



2.2.-Plan de márketing.(esquema):

Debilidades:

Hay otras empresas que llevan más tiempo en el mercado y tienen ganada la confianza de la gente.



Oportunidades:

Nuestra mayor oportunidad para poder tener éxito es que las herramientas de márketing/publicidad funcionen correctamente.



Puntos fuertes:

Somos nuev@s en el mercado, cosa que siempre atrae a nuevos usuari@s.

También somos muy jóvenes y podemos conectar con los intereses de un perfil de público muy concreto. y compartir nuestras inquietudes por el futuro. Ofrecemos un valor añadido a la aplicación, ya que además de optar por un tipo de consumo sostenible, fomentamos la protección del medio ambiente con este gesto tan cotidiano y frecuente.



Amenazas:

Que nuestras herramientas de marketing funcionen es una de nuestras mayores oportunidades, pero al mismo tiempo también es una gran amenaza, porque siempre existe la duda de si a la gente le interesará o no nuestra aplicación



2.3.-Herramientas de márketing:

Para promocionar la aplicación y llegar al máximo de gente posible, hemos utilizado diferentes medios publicitarios que consideramos eficaces, tales como:



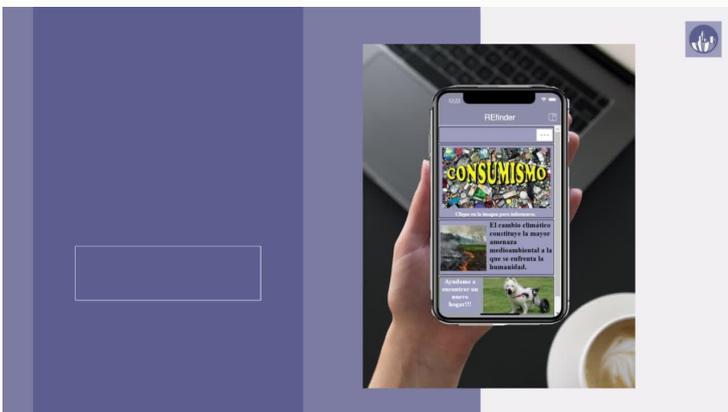
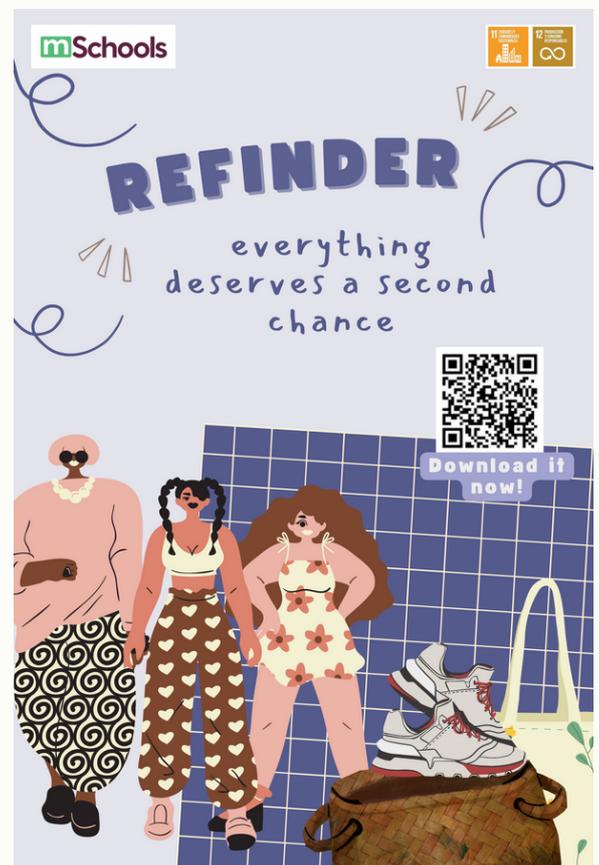
-Vídeo:

El vídeo lo colgaríamos en nuestras redes sociales y web para atraer a gente interesada.

Éste consiste en una presentación de las pantallas con una breve descripción al lado.



-Póster:



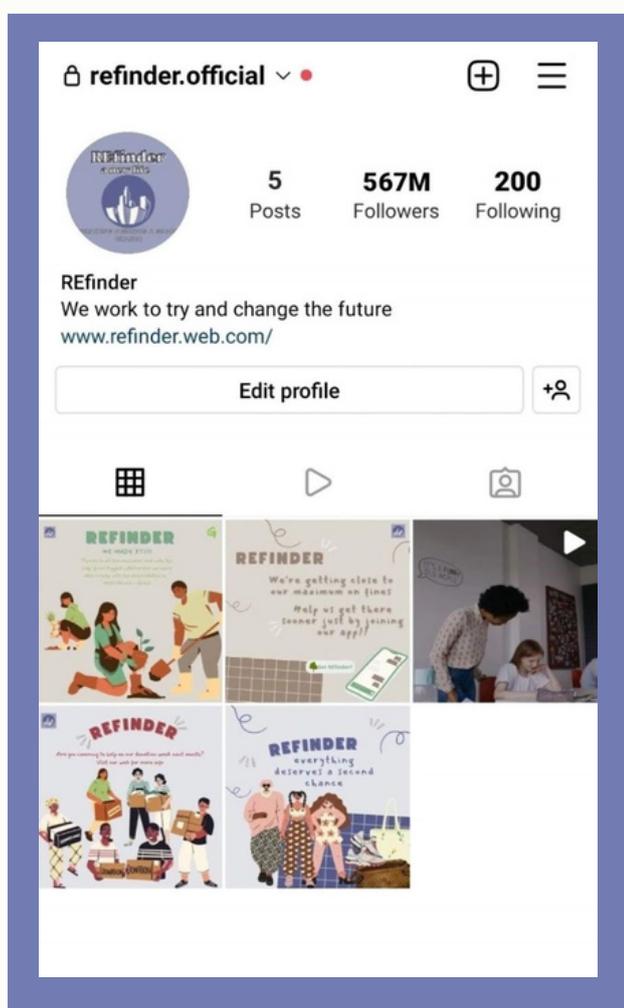
<https://youtu.be/8ykBR9Jv8Lk>





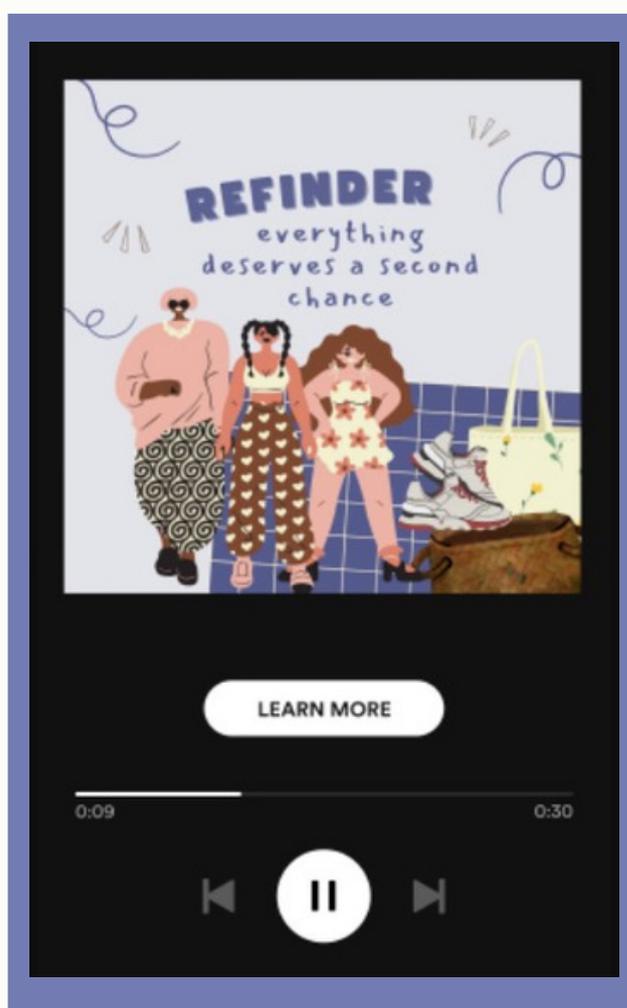
-Instagram:

Hemos creado también una cuenta de Instagram, en la cual anunciaríamos las novedades de la app, llegando a más gente y más rápido.



-Spotify:

Entre las canciones/listas de música en Spotify intercalaríamos anuncios en forma de audio, porque aunque los encontramos un poco molestos, funcionan para conseguir nuevos usuarios.



3.-Análisis de la competencia:

3.1.- Establecer competencia:

Sabiendo que hay diversas aplicaciones parecidas a la nuestra, hemos decidido hacer un estudio de las más conocidas/importantes. De esta forma podremos conocer nuestros puntos fuertes y nuestras debilidades. Creemos no obstante, que como ya se ha dicho anteriormente, nuestra aplicación incorpora un valor esencial que es el de impulsar, apoyar y fomentar campañas de protección del medio ambiente. Inicialmente empezamos con una campaña de plantado de árboles en contra de la deforestación, pero nuestra intención es la de llevar a cabo otras propuestas.

Hemos encontrado aplicaciones o webs que facilitan la compra y venta de productos de segunda mano o que fomentan la participación en campañas de sensibilización a favor del medio ambiente, pero no hemos encontrado ninguna plataforma que una las dos actividades.

·Aplicaciones / Webs:

Vinted

Vinted es una plataforma muy amplia que permite intercambiar, vender y comprar artículos de vestimenta. La consideramos uno de nuestros mayores competidores debido a la buena publicidad, fama y valoraciones que tiene.

Consta de sitio web (www.vinted.es) y puede ser descargada tanto en dispositivos iOS como en Android.

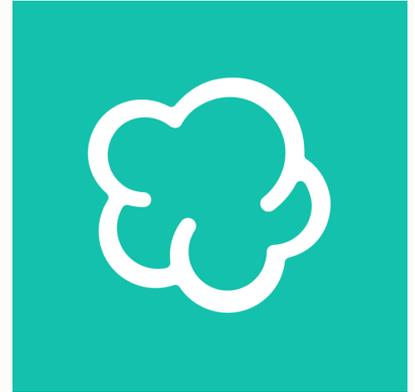


Wallapop

Wallapop es otra plataforma similar dedicada a la compra y venta de productos de segunda mano (coches mobiliario, electrodomésticos...)

Es un gran competidor porque es bastante completo e incluye un método de geolocalización para poder ofrecer artículos próximos al comprador.

Consta de una web (es.wallapop.com) y puede ser instalada tanto en iOS como en Android.



Ecosia

Ecosia es una extensión para navegadores que utiliza los beneficios obtenidos por cada búsqueda para plantar árboles donde más se necesitan.

A pesar de ser grandes competidores porque se dedican especialmente a organizar y participar en campañas que benefician al medioambiente y tienen mucho reconocimiento, los vemos como buenos posibles colaboradores para proyectos futuros.

Consta de una web (www.ecosia.org) y una aplicación móvil que puede ser instalada tanto en iOS como en Android.



4.-Modelo de negocio y monetización:

4.1.-Modelo de negocio:

El Business Model Canvas nos permite analizar y organizar aspectos básicos del funcionamiento de nuestra aplicación, tales como las relaciones que estableceremos con nuestros clientes/ proveedores, los canales de comunicación y distribución, etc...

<p>ASOCIACIONES CLAVE </p> <p>Los particulares que deseen vender sus objetos (muebles, ropa...) son nuestros principales aliados.</p> <p>Aparte necesitaremos de la colaboración de entidades como protectoras de animales, ONGs, plataformas online (Ecosia, Pacto...) o empresas dedicadas a la comercialización de árboles... Éstas nos ayudarán a la hora de organizar campañas y/o pueden facilitarnos los recursos necesarios para su desarrollo.</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVE </p> <p>Compra y venta de productos entre particulares.</p> <p>Obtención de "puntos" (árboles) para participar en campañas concretas.</p> <hr/> <p>RECURSOS CLAVE </p> <p>Plataforma móvil en funcionamiento.</p> <p>Empresas, entidades, ONGs que nos proporcionen recursos materiales para nuestras campañas o recursos económicos a cambio de publicitarse a través de nuestra aplicación.</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR </p> <p>Nuestra aplicación a diferencia de otras aplicaciones similares, permite al mismo tiempo que se adquiere un producto, colaborar en campañas específicas de protección del medio ambiente.</p>	<p>RELACIONES CON CLIENTES </p> <p>A pesar de que compradores y vendedores interaccionan sin nuestra intervención, ambos perfiles son esenciales a la hora de participar en las campañas ya propuestas o de impulsar nuevas iniciativas.</p> <hr/> <p>CANALES </p> <p>Distribución: Aplicación gratuita en Google Play Store (de momento la programación con App Inventor limita su uso al SO Android). Descarga también posible desde la web.</p> <p>Publicidad: Instagram, Spotify, página web...</p>	<p>SEGMENTOS DE MERCADO </p> <p>La aplicación va dirigida a personas concienciadas con el exceso de consumo de nuestra sociedad, así como el malgasto de recursos y bienes útiles, a los que se le puede dar una segunda oportunidad.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTES </p> <p>Mantenimiento de la aplicación y publicidad.</p> <p>Recursos materiales para las campañas.</p>		<p>FUENTES DE INGRESOS </p> <p>La publicidad de empresas colaboradoras a través de nuestra aplicación nos permitirá obtener beneficios económicos o recursos materiales para poder impulsar campañas de sensibilización a favor del medio ambiente.</p>		



4.2.-Monetización:

Aunque sea un proyecto sin ánimo de lucro tenemos en cuenta que necesitaremos cierto soporte monetario para realizar las actividades relacionadas con este.

Para ello nos gustaría colaborar con otras organizaciones similares como Pacto, Ecosia, entre otros; y publicitaríamos sus plataformas para que, a cambio, nos aporten recursos materiales (árboles...) para llevar a cabo las campañas con intereses compartidos.

