



EMPREENDEDORISMO EM DESIGN: DESENVOLVIMENTO DO APLICATIVO “RELOU”

CLAUDIO TECHERA¹;
KARISSA HARUMI YOKEMURA²;
THIAGO COSTA DA SILVA³;
PROF^a. DR^a. HELENA DE ARAUJO NEVES⁴;

¹Universidade Federal de Pelotas – cjtechera2@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – karissa.yokemura@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – thiago@staanna.com.br

⁴Universidade Federal de Pelotas – profhelenaneves@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este artigo tem o intuito de apresentar as primeiras fases de desenvolvimento de um aplicativo para celular. Este foi projetado por acadêmicos dos cursos de Design Gráfico e Digital da UFPel. Tal prática projetual foi suscitada na disciplina da Gestão do Design no ano de 2017. Com isso, pretende-se apresentar as etapas estratégicas desenvolvidas até este momento, além de expor e debater a relevância do campo do Design para projetos vinculados à área da inovação e do empreendedorismo.

2. METODOLOGIA

Do ponto de vista da metodologia científica trata-se de uma pesquisa qualitativa com caráter exploratório (GIL, 2009) embasada em revisão bibliográfica – abrangendo as seguintes áreas: Design, Inovação e Empreendedorismo. Já com relação à metodologia projetual, utilizou-se os preceitos do Design Thinking – que prezam por um pensamento sistêmico com o intuito da identificação de um problema e, posteriormente, da sua solução.

Inicialmente foi utilizada uma ferramenta de gerenciamento estratégico de negócios, o *Business Model Canvas*. Esta, por sua vez, foi criada por Alex Osterwalder e tem por função esboçar e desenvolver novos Modelos de Negócios – ou reformatar os já existentes no mercado. Tem ainda como objetivo levar a refletir sobre cada função da empresa/produto/serviço que se pretende criar, além de analisar o que precisa ser feito para conquistar clientes e gerar renda – tudo isso através de um mapa visual dividido em nove blocos pré-formatados (SEBRAE, 2013).

Ao preencher a Modelagem de Negócios Canvas, estabelecemos os principais serviços a serem oferecidos pelo aplicativo “Relou” – que são semelhantes às funções que uma secretária particular executaria como, por exemplo, realizar o planejamento de horários; agendar e desmarcar compromissos (bem como lembrar que eles se aproximam); efetuar o desvio de chamadas por tempo determinado, dentre outras ações. Sendo assim, a proposta consiste, resumidamente, em um serviço personalizado de secretária *mobile*. Ou seja, uma ferramenta que auxilie os usuários a organizarem seus compromissos através de um *website*, telefone e um aplicativo para celular. Podendo obter um planejamento de horários, marcar e desmarcar compromissos, lembretes via chamadas de telefone ou mensagens de texto, além de desvios de chamadas. Depois de definir

a proposta de valor, foram definidos os canais a serem utilizados pelos clientes que são: *webapp*; aplicativo para celular e ligação telefônica. Após estabelecer esses critérios foram definidos os recursos principais necessários e as maneiras de monetizar a ideia (todas essas categorias estão previstas na Modelagem Canvas).

É importante destacar que a definição do público-alvo foi muito debatida, pois existem diferentes tipos de consumidores, com formas distintas de percepções e preferências. Assim, pode-se entender as necessidades dos potenciais consumidores e isso foi importante também para definir o posicionamento da marca – assim como a criação do logotipo do aplicativo. Sendo assim, acordamos que o público-alvo da empresa serão pessoas físicas com perfil variado, na faixa etária de 24 a 40 anos, com renda mensal de R\$2.500,00 a R\$5.000,00, que passam grande parte do dia no trabalho ou em outras obrigações fora de casa – por isso não possuem tempo e/ou tem interesse para a execução de tarefas simples, mas que exigem alta demanda de tempo – como, por exemplo, o cancelamento de um serviço pelo telefone. Após a definição de todos os campos da Modelagem Canvas partimos para especificidades do aplicativo, como apresentaremos a seguir.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para a definição do *namings*, ou seja: o nome do aplicativo, optamos por utilizar uma palavra curta, contendo de 4 a 6 letras, para que não dificultasse a apropriação e difusão do nome do serviço. Ao definirmos o público concluímos que, pela faixa etária do mesmo, o nome poderia conter uma linguagem descontraída e moderna. Sendo assim, pensamos na palavra “*hello*”, do Inglês, que significa “alô”. Porém, para que as pessoas não tivessem problemas na pronúncia do nome, e para que não tivesse conflito com outras marcas já criadas com essa nomenclatura, optamos por escrever o *namings* de acordo com o som da palavra, com isso o nome criado foi o “Relou”.

A criação da marca para o aplicativo, por sua vez, também foi desenvolvida levando-se em consideração a descontração que posicionasse o serviço de uma maneira mais informal e sem burocracia – fazendo com que a identidade visual do aplicativo estivesse condizente com o seu *namings* e os seus preceitos. Portanto, foi construída por meio de uma tipografia cursiva (ver Fig.1) apresentando uma fluidez ao ler a palavra “Relou” – devido ao movimento curvilíneo gerado pela letra “R”. Além disso, aplicamos um ícone de telefone – representando a atividade fim do aplicativo – para que o usuário compreenda a relação do aplicativo com os serviços prestados por ele. As cores institucionais estabelecidas foram o azul, o verde e o cinza em tons mais abertos – ainda que sejam características de cores utilizadas em materiais corporativos, que transmitem mais seriedade, visto que os demais aspectos utilizados no logotipo expõem mais extroversão (FRASER; BANKS, 2012).



Figura 1: Logotipo do aplicativo “Relou”
Fonte: Dados da pesquisa

Após serem definidos todos os requisitos previstos na Modelagem de Negócios utilizamos uma ferramenta de diagnóstico intitulada Matriz Swot (F.O.F.A). Trata-se de uma ferramenta estrutural de administração utilizada na análise do ambiente interno e externo – nos quais o aplicativo atuará. Por isso, com a finalidade de formulação de estratégias para o aplicativo, conseguimos identificar as Forças e Fraquezas, Oportunidades e Ameaças que possam interferir na implementação do “Relou”.

FATORES EXTERNOS	FATORES INTERNOS
OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> - Captar novos clientes. - Sociedade vivendo cheia de compromissos e tarefas. - Aumento da utilização de aplicativos. - Interesse em serviços que sejam funcionais e atrativos visualmente. 	FORÇAS <ul style="list-style-type: none"> - Baixo custo de implementação e manutenção do empreendimento. - Serviço de atendimento eficiente. - Por ser um serviço realizado à distância, atinge consumidores em todo país. - Foco no Marketing e Design. - Estrutura de negócio simplificada. - Atende uma grande fatia do mercado.
AMEAÇAS <ul style="list-style-type: none"> - Alta carga tributária. - Entrantes (futuros concorrentes com serviços similares). - Secretários (pessoa física) que trabalham para profissionais liberais. 	FRAQUEZAS <ul style="list-style-type: none"> - Serviço novo, não conhecido no mercado. - Mão de obra inicial (necessidade de capacitação área de atendimento). - Necessidade de investidor.

Figura 2. Análise Swot
Fonte: Dados da Pesquisa

A matriz Matriz Swot nos auxiliou a compreender o cenário. Após realizarmos ajustes criamos um protótipo para a interface do usuário. Como Willam (2008) esclarece, o propósito da interface do usuário trata-se de apresentar um sistema para que a pessoa possa interagir e satisfazer suas necessidade com o produto ou serviço. Além disso, afirma que a interface deve ser consistente entre seus diversos usos, além de ter uma estrutura intuitiva e flexível quanto a possíveis erros e, acima de tudo, usar mensagens claras. Como pode ser visto nas figuras 3 e 4, a interface criada para o serviço segue uma consistência entre a planejada para dispositivos móveis e a desenvolvida para um website. Isso porque o uso de padrões de interface já utilizados em outros aplicativos e websites torna o manuseio do serviço intuitivo independentemente da plataforma.

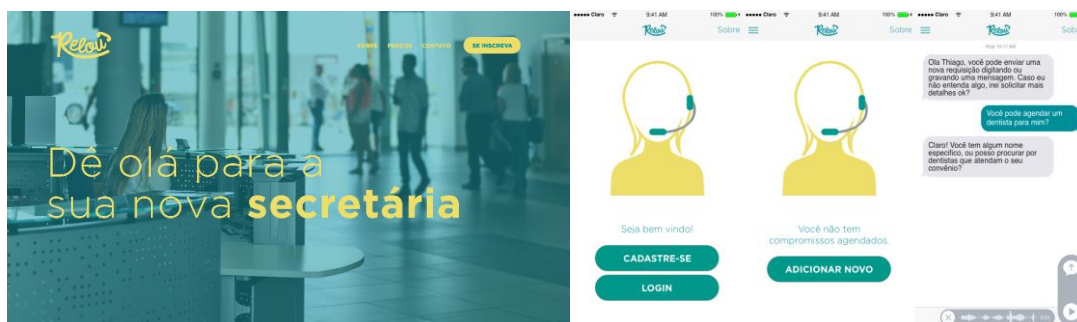


Figura 3 e 4: Interface do Usuário para website e Interface do Usuário para dispositivos móveis.
Fonte: Dados da Pesquisa.



Destacamos ainda que na interface também é exposta o funcionamento do serviço – atingido a partir das soluções de design adotadas. Sendo assim, é apresentado para o usuário como ele poderá requisitar o um serviço: por voz ou texto e uma simulação de como uma resposta seria encaminhada para ele.

Apesar de todos os cuidados tomados, levando-se em consideração a experiência do usuário, torna-se necessário, de acordo com Siedlarczyńska (2017), testes de validação dessa experiência para que o serviço se mostre eficiente. Testes de validação do usuário também protegem o serviço de custos futuros, uma vez que se pode examinar quais problemas poderiam afetar o aplicativo. Contudo, esta pesquisa ainda não chegou nesta fase.

4. CONCLUSÕES

Como mencionamos anteriormente, esta investigação encontra-se em curso. A modelagem e as principais funcionalidades foram definidas em sala de aula e tiveram por base o campo do design. Contudo, será necessário – na próxima etapa – fazer testes com os usuários em busca de uma validação do aplicativo. Esta fase sendo concluída com êxito caberá, posteriormente, especialmente por se tratar de um produto inovador, sem concorrentes diretos, divulgar o aplicativo para que ele desperte o interesse dos potenciais consumidores. A partir disso, vislumbramos então a construção da identidade e da visão da marca perante o público-alvo, para que este aprove e use o serviço. Por fim, cabe destacar que creditamos no potencial do negócio – visto que cada vez mais as pessoas têm um volume alto de compromissos e menos tempo para organizar sua vida, seja pessoal ou profissional, o que justifica o futuro lançamento do “Relou” – se todos os testes forem realizados com êxito.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Design Thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2011.
FRASER, Tom; BANKS, Adam. **O essencial da cor no design**. São Paulo: Editora SENAC, 2012.
ROSA, C. **Como elaborar um plano de negócio**. Brasília: SEBRAE, 2007.

Documentos eletrônicos

SEBRAE. **O quadro de Modelo de Negócios – um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios**. Disponível em: https://www.sebraecanvas.com.br/downloads/cartilha_canvas.pdf < apostila do canvas. Acessado em 10 out 2017.
SIEDLCZYŃSKA, A. **Usability Testing: the Key to Design Validation**. 10 Clouds Blog. Acessado em 12 out 2017. Disponível em: <https://10clouds.com/blog/usability-testing-design-validation/>
WILLAM, S. **A Beginner's Guide to UX & UI Design**. Just Creative. Disponível em: <<http://justcreative.com/2014/04/08/beginners-guide-ux-ui-design/>>. Acessado em 10 out 2017.