



RESUMEN DEL PROYECTO

WAYDO

What Are You Doing On... ?

Un emprendimiento social desarrollado por:

ALEJANDRO DÍEZ
RONNY COLLAGUAZO
FELIPE BELINCHON
ALBERTO HURTADO
ORIANA GIL



WAYDO (What Are You Doing On...?)

WAYDO es una web que te permite redescubrir tu barrio solo, con amigos o con nuevos compañeros realizando retos y actividades que puedes dirigir o en las que puedes participar, como por ejemplo: un torneo de ajedrez, un concurso literario o una competición de baile, etc; donde ganas puntos que son canjeables por premios y descuentos en los comercios locales de tu barrio. El objetivo de WAYDO es devolverle la vida a las calles, sus gentes y los pequeños comercios a través de un protagonista muy importante: Tú.

Además no hace falta que seas el mejor, todos somos buenos en algo y nosotros queremos poner de manifiesto esta diversidad de competencias. A través de un sistema de feedback podrás conocerte mejor gracias a las reseñas de los demás, poniendo de relieve valores importantes como la honestidad, sinceridad o el juego limpio no siempre tan visibles; y ganando así más puntos por un buen comportamiento. Porque no todos somos iguales y eso nos enriquece.

ÍNDICE

WAYDO (What Are You Doing On...?).....	2
EL PROBLEMA.....	3
EL PERFIL DE NUESTRO CLIENTE.....	4
ESTUDIO DE MERCADO.....	5
NUESTRO PROYECTO.....	6
FASE 0.....	6
FASE 1.....	6
FASE 2.....	7
AGRADECIMIENTOS Y MISCELÁNEA.....	8

EL PROBLEMA

Creemos que el estancamiento en las vertientes económicas, sociales y culturales causadas por el COVID-19 es un gran problema, ya que hemos visto que por culpa de este, pequeños comercios y no tan pequeños han perdido mucho dinero y se han visto abocados al cierre. Además mucha gente ha perdido la motivación que tenía para hacer ejercicio o simplemente contactar con los demás de forma lúdica (por la desgana, apatía o miedo que una situación de esta envergadura genera). Hay que tener en cuenta que la mayoría de las aplicaciones móviles no tienen como objetivo el contacto físico presencial, lo que fomenta es la soledad y puede derivar en problemas psicológicos graves como demuestran los estudios acerca de una vida plena y feliz de Harvard¹.

Otra de las repercusiones de la pandemia que aún no hemos visto en su máxima expresión es la cantidad de trastornos mentales que va a provocar el aislamiento, ya más que demostrado que puede llegar a ser muy tóxico como se comprobó no hace tanto tiempo en las prisiones, aislando a los convictos por más de 15 días. Esto es actualmente considerado una forma de tortura².

Este hecho nos inquieta especialmente por las personas que en esta pandemia han quedado aisladas de forma no deseada y que podrían utilizar esta aplicación como una especie de facilitador para una reintegración social sana y saludable a una sociedad más amable³.

Cómo hemos visto hasta ahora, es un problema que afecta directamente al comercio local e indirectamente a las personas que no tienen un comercio, a la comunidad o barrio y por ende a la sociedad en la que se desarrollan estas actividades, las cuales permitirían el progreso de una sociedad más activa, cohesionada, coherente, diversa y en definitiva contenta y productiva.

El objetivo final se resume en la reactivación de la economía local tras la crisis del COVID-19 y la salida de lo que viene a ser la crisis de la hostelería y la crisis "social" de esta jaula de pantallas a la que nos ha acostumbrado esta nueva normalidad.

Esta solución es aplicable a los barrios y distritos de España, autónomos y en definitiva a todos los países que hayan hecho uno o varios confinamientos para intentar solucionar la crisis del COVID-19 que les hayan llevado a perder la "vida en las calles". Es una solución que nos parece adecuada desde que Internet atrapó a la gente en sus redes, ahora más que nunca nos estamos recuperando de la pandemia que ha fomentado tanto el aislamiento y el distanciamiento a través de nuevas tecnologías. Además, es un problema atemporal ya que siempre habrá pequeños negocios que necesiten visibilidad y la tecnología cada vez forma más parte de nuestras vidas.

1: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2017/04/over-nearly-80-years-harvard-study-has-been-showing-how-to-live-a-healthy-and-happy-life/>

2: https://en.wikipedia.org/wiki/Solitary_confinement

3: <https://www.theglobeandmail.com/life/health-and-fitness/health/why-is-loneliness-so-toxic/article37734381/>

EL PERFIL DE NUESTRO CLIENTE

Lo que realmente le importa es tener un ocio seguro, tanto si quiere participar con sus amigos más cercanos, como si quiere salir y conocer gente nueva. Le emociona la competitividad, obtener premios, insignias y formar parte de algo, una comunidad más grande que él, cuando así lo desee. Aspira a formar vínculos sociales de calidad, duraderos y fiables, para así evitar una mayor despersonalización de las ciudades.

Nuestro usuario oye a los medios de comunicación hablar sobre la pandemia, el aislamiento, los peligros del contacto directo, la importancia de la vacunación, evitar aglomeraciones... En su entorno más cercano continúan hablando sobre la precaución, el virus, el peligro que suponen los desconocidos.... Pero a pesar de esto, nuestro usuario se muere de ganas de escapar de la soledad que le atrapa. La mayoría de personas influyentes, que admira o sigue, fomentan el civismo.

Diariamente ve un "exceso" de control por medio de restricciones o medidas impuestas por el Estado, aunque en el entorno cercano, amigos, suele ver descontrol o incumplimiento de algunas medidas. En las redes sociales la diferencia de opiniones que ve suele ser más extrema, con puntos de vista opuestos y polarizantes.

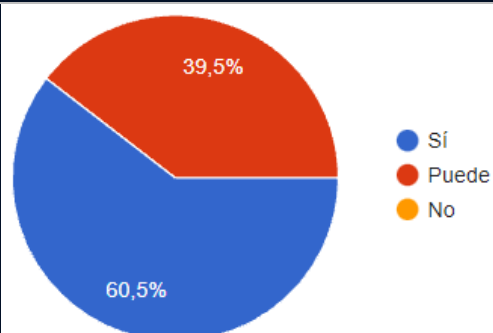
Nuestro usuario quiere divertirse, pero acostumbra a realizar sus planes monótonos, rutinarios y mantenerse en su zona de confort. Estaría dispuesto a variar sus planes una vez al mes, y con las personas adecuadas saldría de su zona de confort más a menudo a vivir nuevas experiencias enriquecedoras.

Como a todas las personas, a nuestro cliente le preocupa acabar en soledad y tener un futuro infeliz. Muchos de los hobbies que empezó, nunca los terminó o los practica de forma ocasional y sin compañeros adecuados. Los principales obstáculos que impidieron que continuara fueron: miedo al virus, falta de contactos, pereza, vergüenza, incomodidad, falta de tiempo, preocupación por la política de datos...

Lo que necesita ahora es socializar, entretenimiento, motivación, reconocimiento social y diversión, para conseguir de esta manera lograr salir de la rutina. Quieren pasarlo bien, estar sanos, tener vínculos sociales de calidad y de larga duración. Cumplir sus aspiraciones: una vida plena, una vida en comunidad donde la suma de las partes sea más satisfactoria que estas por separado.

ESTUDIO DE MERCADO (18 – 50 AÑOS, 42 RESPUESTAS)

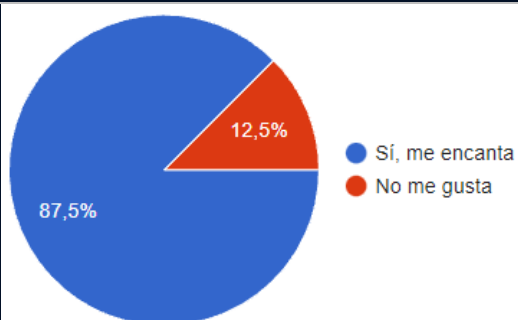
1. ¿Te ves utilizando esta aplicación o servicio web?



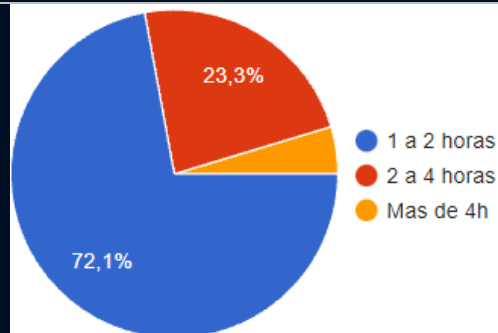
2. ¿Te sientes cómodo haciendo planes con desconocidos o con conocidos que no sean amigos?



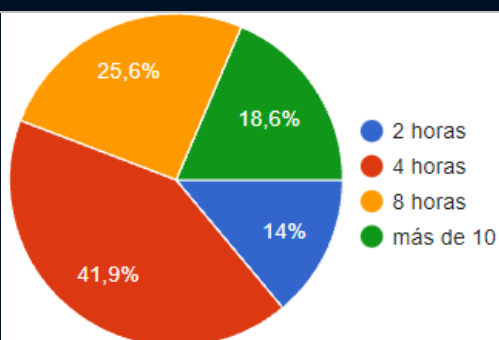
3. ¿Te gusta competir y descubrir cosas con frecuencia de tu barrio?



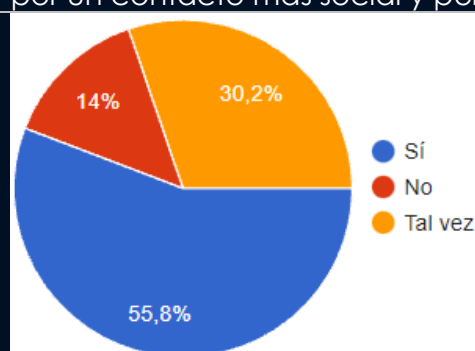
4. ¿Cuántas horas al día dedicas a actividades de ocio o lúdicas?



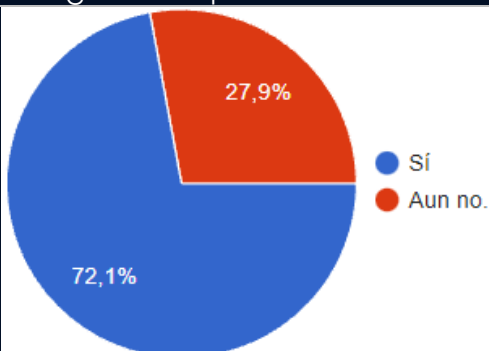
5. ¿Cuántas horas estás delante del ordenador o del móvil diariamente?



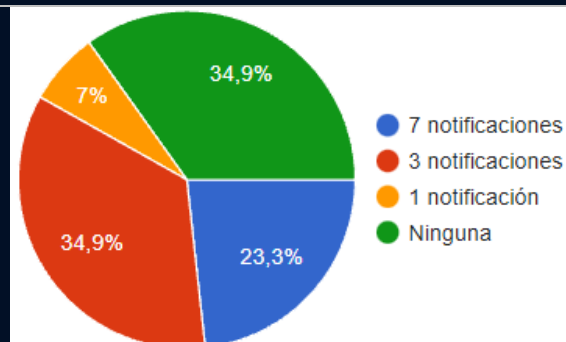
6. ¿Te gustaría cambiar la cantidad de horas que dedicas delante de pantallas por un contacto más social y personal?



7. ¿Te sientes cómodo reconectando con gente después del coronavirus?



8. ¿Cuántas notificaciones te gusta recibir semanalmente?



NUESTRO PROYECTO

FASE 0

Al principio, nos centraremos en una web responsive, esto es para que los usuarios puedan comenzar a participar desde el móvil sin la necesidad de tener que descargarse una app, barrera que suele echar atrás a algunos usuarios.

Habrá que llegar a un acuerdo con la Comunidad de Madrid para poder disponer de algunos sitios de deporte, ocio y espacios públicos durante horas específicas, esto se hará a través de esta propuesta poniendo de manifiesto la importancia de la reconexión humana y la reconstrucción del tejido empresarial. Hemos comprobado que ellos apoyan mucho este tipo de ideas y están dispuestos a colaborar.

Para conseguir comercios que quieran participar nos basaremos en análisis, encuestas y en el word-to-mouth. Otra forma de conocer esta área es basarnos en opiniones de algunas asociaciones que conozcan comercios a los que les pueda interesar esta idea.

Abarcar todas las redes sociales (Twitter, Instagram, Tik Tok, etc...) manteniéndonos activos subiendo contenido y publicidad. Proponiendo retos por medio de hashtags.

Sistema de puntos: los usuarios a medida que van participando en torneos y actividades recibirán como recompensa puntos que servirán para ser canjeados por descuentos o productos en comercios cercanos. Habrá variedad de recompensas: productos alimenticios, material de papelerías, vales por clases en academias de baile, ajedrez... de la zona, etc. Estos puntos se darán en función del desempeño individual de cada participante atendiendo a diversas categorías y no sólo a los ganadores del reto.

Logros: se darán logros e insignias a los usuarios que participen en muchas actividades o ganen continuamente en varias de ellas. Esto servirá como motivación para que los usuarios se animen a participar.

FASE 1

Conseguir patrocinadores para eventos que nos aporten dinero o premios físicos para los participantes, por ejemplo, un bar podría darnos camisetas. Otro beneficio de conseguir patrocinadores ya algo más grandes es que nos puede facilitar el contacto y acuerdo con comercios que estén relacionados a ellos y ofrezcan sus productos. Se organizan torneos patrocinados por comercios locales y con el atractivo de influencers. Expansión a más distritos de la Comunidad de Madrid y otras comunidades.

Además en la fase 1 WAYDO añadirá una nueva funcionalidad en la que los propios usuarios valoran el comportamiento de sus rivales y compañeros, y dependiendo del comportamiento y el "fair play" ganará o no puntos extra, consiguiendo con esta mecánica honestidad, sinceridad y juego limpio. También en esta fase ampliaremos nuestro público a menores de edad a los que le asignaremos un monitor que se haga responsable de los niños para que todo el mundo pueda disfrutar de la experiencia WAYDO, incluidos los padres ;)

También tenemos pensado añadir otra nueva funcionalidad basada en colocar códigos QR en espacios públicos y comercios locales que te indiquen retos y actividades disponibles para esos espacios para ofrecer más espontaneidad a las actividades.

A parte se le proponen actividades al usuario según sus gustos o preferencias que nos ha indicado en un cuestionario más completo que se amplía en esta fase.

FASE 2

Al alcanzar una determinada cantidad de usuarios y popularidad podemos ya ponernos con el desarrollo de la app y con los costes y trabajo que esto requiere. Algunos beneficios de disponer de la app son que podemos obtener más información sobre nuestros usuarios como datos de geolocalización y poder enviarle notificaciones push.

Con datos como la geolocalización, podemos habilitar algo nuevo que sería poder avisar al usuario por medio de notificaciones push sobre sugerencias de retos disponibles según la zona por donde se encuentren en ese momento o lugares donde canjear sus puntos de descuento.

En esta fase se añadirá otro apartado, en el que un usuario dispuesto a ofrecer un servicio de enseñanza pueda crear una actividad para obtener una recompensa económica. Esto sería una ayuda para los autónomos que tienen problemas para encontrar trabajo.

Conseguir patrocinadores más conocidos, como Mahou, y que ofrezcan algunos de sus productos en comercios que trabajen con ellos. Conseguir a influencers más reconocidos.

Organizar y transmitir eventos especiales por medios de streaming como Twitch. Para estos eventos se puede contactar con famosos que sirvan como atracción para el evento. Por ejemplo, para un torneo de baloncesto podemos contactar con algún jugador del equipo de alevines de un equipo famoso, para que de el saque inicial o que la gente pueda verle participar. Esto ayudaría tanto al jugador como a nosotros.

AGRADECIMIENTOS:

Al centro Clara del Rey por su incondicional apoyo, en especial a María Merino, Guillermo y Susana Canelo. A los mentores de RETODS, Inés Skotnicka, Tamara y Peter. Y a los organizadores del evento por hacerlo posible, gracias por esta experiencia de crecimiento personal, hemos aprendido y nos hemos divertido mucho.

MISCELÁNEA:

Link al cuestionario:

https://docs.google.com/forms/d/1Hy3uwxnhw7UVVEVfcJBjzUm2ijLHbdm279qnmHDGwi8/viewform?edit_requested=true#responses

