Diferencia entre Where2Night y Facebook

Una de las diferencias más significativas, ya no  en cuanto a funcionalidad, sino  al tipo de software que estamos creando, es que nuestro proyecto se basa en software libre. Con esto queremos que cualquier persona tenga acceso a él, pueda modificarlo, e incluso realizar aportaciones, al cumplir las 4 libertades del software libre.

Al ser software libre, conseguimos que el producto esté a disposición de cualquiera. Si alguien quisiera utilizar todo o parte de nuestro trabajo, o incluso modificarlo para adaptarlo a sus necesidades, podría hacerlo sin problema.

Es también más visible, en el sentido de que los usuarios pueden ver qué hacemos con sus datos, cómo los gestionamos y hacia dónde van, cosa que no permite Facebook.

Diferencias basadas en usuarios (fiesteros):

* Facebook abarca un público que pertenece a un espacio demasiado extenso, con mucha variedad en cuanto a edad,  gusto, trabajo, religión, política, etc. Es una mezcla de todo un poco, que a cierto punto puede resultar un tanto caótico.  **Where2night** está enfocado a un público  en concreto, acotando principalmente los tópicos de edad y gustos, puesto que **Where2night** sería utilizada en mayor parte por gente joven que le guste salir de fiesta.
* **Where2night** tiene la funcionalidad de seguir a un local. Con ello se permite a los usuarios ver el listado de sus canciones, cuál está sonando en ese momento y al mismo tiempo votar las canciones que deseen escuchar cuando se encuentren dentro de un local, lo que en la especificación se lo conoce como “gramola”.
* **Where2night** ofrece la posibilidad de apuntarte a las listas de los locales, sin la necesidad de conocer a algún relaciones públicas de la discoteca a la que se desea ir.
* **Where2night** también permite al usuario notificar a sus amigos que está ya en el local con el conocido “checkin” de la aplicación.

Diferencias basadas en locales:

Facebook no tiene la mayor parte de la funcionalidad que proporciona **Where2night** a los locales.

* Crear listas para que la gente se apunte directamente. Así, los “fiesteros” pueden recibir descuentos o incluso entrar gratis al local, con el propósito de  lograr atraer al mayor número de clientes (lo que viene a ser el trabajo de un relaciones públicas).
* Poder ver las canciones más votadas por las personas que están en el local, y así tener una lista de sugerencias basadas en la preferencias de las canciones que los “fiesteros” desean escuchar.
* Ver estadísticas de los “fiesteros” en cuanto a edades, género, estado civil, top 5 bebidas favoritas y top 5 música favorita, basándose en los perfiles de los mismos.