



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

DISEÑO|UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño



worun
Comunidad de mujeres runners conectadas y seguras

Alumna: Francisca Justiniano Jaque
Profesora Guía: Denisse Montt

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para
optar al título profesional de Diseñador.

Diciembre 2022, Santiago, Chile



AGRADECIMIENTOS

Gracias a todos los que me acompañaron a lo largo de este proyecto, a mis compañeras de la Universidad que me ayudaron aportando nuevas visiones y con las cuáles tuve momentos inolvidables.

A todas esas personas que estuvieron durante el proceso y me apoyaron con una palabra de aliento o con su conocimiento.

Un agradecimiento especial a mi profesora guía Denisse Montt, por su profesionalismo, entusiasmo, claridad y visión a lo largo de este proyecto.

Finalmente, me gustaría agradecer a las mujeres runners que inspiraron este proyecto: este título es por y para ustedes.

Tabla de contenidos

Introducción	
Motivación Personal	06
Introducción.....	07
Metodología	
Metodología proyectual.....	09
Pilares.....	10
Marco Teórico	
Objetificación.....	13
Acoso sexual callejero.....	15
Importancia actividad femenina y la participación del running en las mujeres.....	17
Levantamiento de información	
Objetivos.....	20
Objetivo específico 1.....	21
Objetivo específico 2.....	24
Objetivo específico 3.....	25
Worun	
Formulación proyecto	38
Contexto de implementación	
Contexto, usuaria, patrón de valor.....	30
Proceso de diseño	
Etapas del proyecto.....	33
Decisiones generales.....	34
Antecedentes y referentes.....	36
Funciones clave.....	41
Diseño interfaz.....	43
Identidad gráfica	44
Testeo 1.....	46
Diagrama de flujo.....	52
Testeo 2.....	61
Testeo 3.....	68
Testeo 4.....	72
Implementación	
Modelo CANVAS.....	78
Estructura costes.....	79
Difusión.....	80
Proyecciones.....	81
Conclusiones.....	82
Anexos y bibliografía	

01.

Introducción

Motivación personal

A lo largo de mi vida no he sido realmente consciente de la gran repercusión que las desigualdades de género provocan generando consecuentemente un gran sentimiento de vulnerabilidad en las mujeres lo que hace que cambien su forma de actuar y vivir para así resguardarse de sufrir momentos de angustia.

A mis 15 años yo era una mujer que salía a correr mucho por las calles hasta que mis padres me lo prohibieron por “seguridad”, y tuve que cambiar ese deporte por la trotadora del gimnasio, lo que no me parecía lo mismo porque no se experimentaba la misma libertad y goce. Sin embargo mi hermano tuvo muchos años en donde incluso salía de noche a correr por las calles, lo que me parecía muy injusto.

Para realizar este proyecto tuve que volver a experimentar el running en las calles y me ví afectada por muchos factores externos como bocinazos y miradas que me incomodaban pero como siempre, preferí pasar por alto estos sucesos, por el simple hecho de que no sabía como reaccionar y por miedo a que pasara algo más grave. Además mis salidas a correr se veían influenciadas por la compañía, si es que no tenía con quien salir a correr, prefería no salir ya que me generaba inseguridad, me daba miedo que algo me llegara a pasar y no saber que hacer frente a esa situación.

A medida que fui investigando, me di cuenta que mi caso no era un caso aislado, sino que muchas mujeres sufrían por lo mismo y es por esto que me decidí a realizar la aplicación para así poder mejorar la experiencia del running, y poder disfrutarlo y gozarlo al máximo sin interrupciones y en un futuro poder aumentar la comunidad de mujeres runners.

Introducción

En la escuela de diseño se realizó un análisis de mujeres runners, donde se detectó un problema en relación a la posición de la mujer en el running al correr sola por la ciudad en relación a la sensación de seguridad y/o vulnerabilidad. Las mujeres se ven interrumpidas mayormente por los comportamientos que tienen algunos hombres como acosos verbales y no verbales y/o acosos físicos. Existe una clara desigualdad de género y muchas runners, por tan sólo ser mujeres, se ven limitadas por el miedo que sienten al correr solas por la calle.

Existen mujeres adultas que pertenecen a grupos de runners debido a que se sienten más protegidas de las interrupciones mencionadas anteriormente. Sin embargo, genuinamente prefieren correr por su propia cuenta pues su objetivo con el running es tener un momento propio de despeje mental, sin interrupciones de otras personas.

Según el estudio nacional “Sobre experiencias de violencia sexual de transporte y espacios públicos en Chile” realizado por el Observatorio Contra el Acoso en Chile (OCAC), el 83,8% del total de los entrevistados han sido víctima de acoso en la vía pública. Un 86,7% declara que la situación de acoso fue realizada por un hombre, un 8,9% por un grupo de hombres, y sólo un 1,3% declara que fue una mujer (OCAC, 2021).

No existe una fórmula para el acoso callejero, pero sí se pueden tomar algunas medidas para sentirse más seguras, recomendando salir acompañadas, cambiarse a rutas más iluminadas, correr con el celular, correr sin audífonos entre otras. (Paz, D. 2019).

Este problema también lo podemos vincular con lo que se conoce como “Síndrome de Capercucita Roja”, donde las mujeres se convierten en un objetivo de violencia y reciben mensajes como “ten cuidado” o “deja que alguien te acompañe”. Consejos bien intencionados que dejan entrever que la única solución para que las mujeres no pasen miedo es intervenir una vida normal (Paolini, C. 2020).

Entonces, nació la pregunta de ¿cómo aumentar la sensación de seguridad y reducir la vulnerabilidad en las mujeres runners para fomentar el deporte en espacios públicos ?

Por esta razón es que se decidió crear un nuevo proyecto que se enfocara en crear una comunidad de running segura y conectada, para así aumentar su confianza en las calles y fomentarla equidad de género en el deporte y la salud.

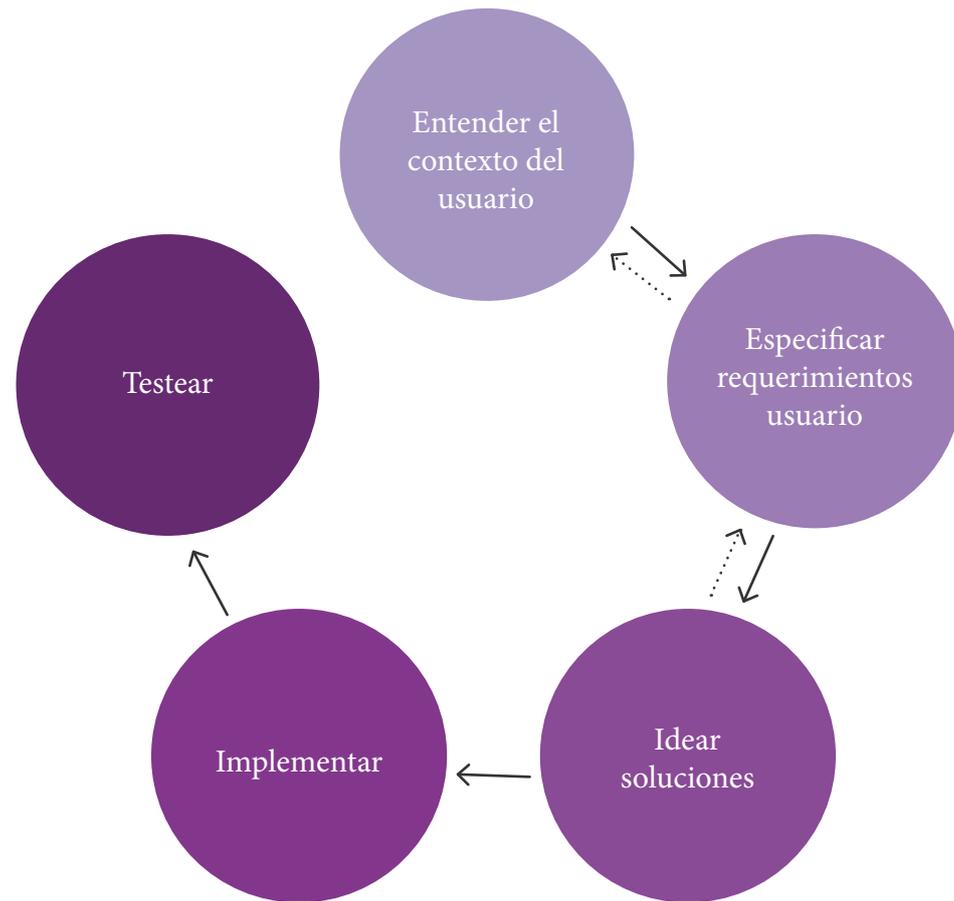
02.

Metodología

Metodología proyectual

Para este proyecto se utilizó como base el la metodología centrada en el usuario (UX). Este es un proceso de diseño iterativo en el que el centro es el usuario y las necesidades de este. Se apoyan en una variedad de técnicas de investigación y diseño para crear productos altamente utilizables y accesibles. Se emplean una combinación de métodos y herramientas de investigación para así desarrollar una comprensión más extensa de las necesidades del usuario

Se escogió debido a que define claramente las etapas en un proceso de diseño. También muestra como es un proceso de varias reiteraciones a partir del ensayo y error, hasta llegar al producto final.



Elaboración propia a partir del modelo de la metodología centrada en el usuario

Entender

Se realizaron actividades de levantamiento de información de usuario y contexto vinculando con el concepto de vulnerabilidad.

Se utilizaron instrumentos de validación diversos para así poder investigar en profundidad la problemática abordada y los diferentes ejes que abarca.

Especificar / Definir

En esta etapa se identificó, analizó y especificó toda la información recopilada para así ver las oportunidades de diseño existentes y poder generar una solución a través del diseño de productos y servicios.

Idear

La fase de ideación fue un proceso muy iterativo debido a los constantes descubrimientos de las necesidades del usuario.

Fue un proceso de co-creación para así encontrar la mejor solución a la problemática, mediante el análisis de ideas en conjunto con posibles usuario.

Fue un proceso que fue adquiriendo cada vez más conceptos por lo que el diseño fue aumentando en complejidad.

Implementar/ Prototipar

En esta etapa se crean prototipos mínimo viables según los resultados de las etapas anteriores para así después verificar que tan bien cumple con los requerimientos específicos de los usuarios y si satisface todas sus necesidades relevantes.

Testear/ Medir

Por último, se testearon las resoluciones para así medir la satisfacción del usuraio y si es que cumple con los requerimientos para un mayor bienestar en el running de las mujeres.

03.



Marco Teórico

Objetificación

“Luego, con la costilla que había sacado del hombre, el Señor Dios formó una mujer y se la presentó al hombre. El hombre exclamó: “¡Esta sí que es hueso de mis huesos y carne de mi carne! Se llamará Mujer, porque ha sido sacada del hombre”.

(Gén, 22-23)

Históricamente se sostiene que el varón es superior y la mujer debe estar sometida al mundo masculino; en el día a día es el sexo femenino el que depende del masculino. Desde las primeras páginas de la Biblia donde “Eva aparece como extraída de un hueso supernumerario de Adán” (Beauvoir, 1949), desde las lecturas de Aristóteles donde se declara que la mujer es “un hombre fallido, un ser ocasional (Beauvoir, 1949), e incluso desde el monarquismo medieval donde “veían a la mujer como un objeto de decoro, siendo subordinadas al interés de la tierra” (Power, 1975) la mujer es considerada naturalmente deficiente e incompleta con respecto al hombre. Por esto es que se ha naturalizado desde hace muchos años las situaciones donde el hombre tiene privilegio ya que es quién, según la trayectoria humana, ha sido considerado como el ser humano “supremo”.

La cultura y nuestra sociedad han hecho de la mujer, una persona distinta del hombre. Sin embargo, la mujer es la “otra”, la que proviene del hombre. Por mucho tiempo se cuestionó acerca del intelecto y la moral de las mujeres hasta que se defendieron por primera vez en el espacio público en el siglo XV, acto que era prohibido para ellas en

aquel entonces. Defendieron sus capacidades intelectuales como género y sus derechos frente a la misoginia durante al menos dos siglos en la denominada “La Querrela de las mujeres”. En esta disputa la mujer logró que se escuchara su voz, y donde ponen en cuestión los mitos acerca de la ausencia de su alma y su moral, incluso se reclamó el derechos de las mujeres a la educación y al conocimiento ya que ambos sexos tienen capacidades similares, llegando al consenso de que “la mente no tiene sexo” (Palermo, 2006).

Recientemente hace 152 años, en 1870 las mujeres ingresaron más “masivamente y legalmente” a la Universidad. Este hecho demostró que los hombres efectivamente aceptaron en cierta medida la existencia de capacidades intelectuales femeninas y las lograron incorporar y aceptar en estudios superiores. Antes de eso era desaprobado el que las mujeres supieran escribir o leer, la mujer era más bien un ser que debía encargarse de las tareas domésticas.

También en 1949 se reconoció legalmente el derecho a voto femenino, reconociendo que su voz y su entidad era valiosa y significativa en la sociedad disminuyendo en cierta

medida la desigualdad de género.

En los grupos sociales que se ha luchado por la discriminación de la mujer se sigue expresando hasta el día de hoy sutilmente el machismo. Esto debido al acceso de los mejores puestos de responsabilidad gerencial, política o religiosa de los hombres, o por la paga de mejores salarios por desempeñar trabajos similares o iguales al de las mujeres. Además, los centros comerciales, las revistas de moda, las redes sociales, las telenovelas han creado y fomentado ideales y formas de relacionarse que consisten en la dependencia económica, sexual y emocional de la mujer hacia el hombre. Se observa por ejemplo en mensajes publicitarios que de un modo u otro denigran a la mujer o la relegan a funciones como el hogar y la familia.

Las culturas condicionan las maneras de ser y las valoraciones de las mismas mujeres, mediando un aprendizaje social que es fuer-

temente influenciado por generaciones pasadas. Por esta razón ellas, “por temor o por cautela, por ruindad y por miseria, agreden sin razón su femineidad y han negado su derecho a ser igual y diferente, a elegir y a equivocarse; su derecho de ser y transformarse, de explorar y asumir, con valor y osadía sus habilidades físicas e intelectuales; su derecho a no ser objeto sexual” (Daros, 2014). Se podría decir que las mujeres son “cosificadas” por la sociedad e incluso en cierta parte por ellas mismas ya que resulta muy difícil salir de los esquemas sociales establecidos desde ya hace muchos años. “La cosificación es el uso que se hace de la mujer, del concepto de mujer o de su imagen, total o parcial, para fines que no la dignifican como ser humano. La cosificación / objetificación deshumaniza las mujeres y las muestra como objetos no pensantes que pueden ser expuestos, explotados y utilizados como se desee.” (Sañahuja, 2018).



Imagen 1: Portada y videoclip del single Mala Mía de Maluma 2018
Recuperado de: https://www.instagram.com/maluma/?utm_source=igembed&igrid=375c4140-1j7a-4c9j-9j1a-52c3b666ffed
Descripción: Portada musical muy polémica por el machismo y por cosificar a la mujer.

Los hombres al ser seres percibidos socialmente como “superiores” se les atribuye el poder de “utilizar” a las mujeres ya que, como se dijo anteriormente, existe la creencia de que son de su posesión. Es decir, se despoja a las mujeres de su identidad ya que se les convierte en objetos y no personas mediante la cosificación que es una forma de violencia machista. La cosificación se lleva a cabo mediante actos que pueden parecer cotidianos por la normalización social que se ha hecho, pero no lo son. Estos actos son normalmente conductas normalizadas las cuales, según la filósofa Martha Nussbaum y la profesora Rae Langton, son:

La Objetificación en las mujeres trae consigo consecuencias de ámbito físico, psicológico y de salud. La gravedad de “Deshumanizar” a las mujeres realizando actos de los mencionados anteriormente, que hacen supuestamente de ellas objetos no pensantes y por lo tanto hace que se instale un imaginario colectivo y machista que están a disposición de ser utilizadas cuando y como convenga. Las hace “utilizables”, lo cual genera contextos que permiten la violencia sexual.

1. Instrumentalidad:

Tratar a la persona como una herramienta para los propósitos de otra persona.

2. Negación de autonomía:

Tratar a la persona como carente de autonomía o autodeterminación.

3. Inacción:

Tratar a la persona como carente de agencia o actividad.

4. Fungibilidad:

Tratar a la persona como intercambiable con objetos.

5. Violabilidad:

Tratar a la persona como carente de integridad y límites, algo que está permitido invadir.

6. Posesión:

Tratar a la persona como si pudiera ser propiedad, compra o venta.

7. Negación de la subjetividad:

Tratar a la persona como si no fuera necesario tomar en cuenta sus sentimientos.

8. Reducción al cuerpo:

Tratar a una persona exclusivamente según la identificación con partes del cuerpo.

9. Reducción a la apariencia:

Tratar a una persona principalmente en términos de cómo se ve.

10. Silenciamiento:

Tratar a una persona asumiendo su silencio, sin la capacidad de hablar.

(Wilson, 2012)

Conceptos:

Violencia de Género:

“Todas las formas mediante las cuales se intenta perpetuar el sistema de jerarquías impuesto por la cultura patriarcal. Como vemos, se trata de una violencia estructural que se dirige hacia las mujeres con el objeto de mantener o incrementar su subordinación al género masculino hegemónico.” (Corsi, 2013)

Deshumanizar:

“Proceso mediante el cual el ser humano pierde parte o todas las características que le definen como tal. Puede ser forzado a ello, o que lo experimente sin ser plenamente consciente de ello” (García, 2021).

Acoso sexual callejero

El acoso sexual callejero “son prácticas de connotación sexual ejercidas por una persona desconocida, en espacios públicos como la calle; que suelen generar malestar en la víctima” (OCAC, 2015). Este es ejecutado sin el consentimiento de la persona agredida y a la cual por lo mismo se le vulneran sus derechos humanos al situarla como objeto sexual. Se ve a la persona como un elemento el cual se le reducen sus atributos como instrumentos de placer, generando incomodidad en ella.

El acoso sexual callejero (ASC) agrupa múltiples conductas relacionados al impulso interior sexual que perjudican el bienestar de la persona agredida. Se entiende que “el

bienestar es una sensación individual posibilitada por un entorno social que proporciona una buena calidad de vida y salud. Es así como el bienestar se compone por una dimensión social, que cobra sentido ahí donde los individuos construyen una imagen de sí, de los otros y del mundo en el contexto de sus experiencias sociales” (PNUD, 2012). El bienestar está entonces comprendido como la capacidad de sentirse seguro, respetado por los derechos, y libre de amenazas, aptitudes que se imposibilitan en las calles con el acoso o con la posibilidad de sufrirlo.

En los comportamientos relacionados al acoso sexual callejero se destacan expresiones verbales, físicas y conductuales.

Bowman establece dentro de las expresiones de acoso verbal los comentarios sexistas y/o comentarios sexuales explícitos, silbidos o bocinazos. Las de carácter físico enfatiza que son manifestadas a través de tocamientos indebidos, roces de partes íntimas y/o agresión física. Por último, señala que las expresiones conductuales generalmente se expresan en forma de miradas, besos voladores, bloqueo intencional del camino, ser seguida por un desconocido y/o actos exhibicionistas (Bowman, 1993).

“Actualmente, siguen siendo las mujeres las principales víctimas de este fenómeno, siendo sus principales actores, los hombres” (OCAC, 2015). El mayor porcentaje de ASC

es en las mujeres debido principalmente a la huella de la cultura patriarcal de las generaciones pasadas. Un estudio realizado por el Observatorio Contra el Acoso en Chile (OCAC), señala que un 86,7% declara que la situación de acoso fue realizada por un hombre, un 8,9% por un grupo de hombres, y sólo un 1,3% declara que fue una mujer (OCAC, 2015). Las calles son entonces percibidas como un “espacio público dominado por el hombre, y que la mujer en dicho espacio queda reducida a un cuerpo en territorio ajeno, cuerpo que puede ser observado, tocado, del cual se pueden emitir opiniones; es decir, un cuerpo sin conocimientos, habilidades, emociones ni sentimientos, sin derecho a opinión ni a protesta (GonzálezI, PersingolaII, CavazzoniII, & Bagnoli, 2020). La mujer es quien es vista como un ser en territorio ajeno, otorgándoles culturalmente al género masculino un mayor sentimiento de autoridad sobre ellas, por lo que sienten el derecho de poder observarlas, tocarlas y emitir opiniones.

Situaciones acoso	Total	Hombre	Mujer
Te has sentido observado/a morbosamente	96,2%	4,1%	95,2%
Han emitido sonidos como silbidos o besos dirigidos a ti, sin tu consentimiento	92,9%	2,6%	96,9%
Una persona ha mencionado comentarios sobre tu cuerpo, vestuario o por cómo te ves, sin tu consentimiento y haciéndote sentir incómodo/a o inseguro/a	89,4%	2,5%	97%
Una persona te ha dicho comentarios, preguntas o ha tenido una actitud que te ha hecho sentir incómodo/a (Ej: “¿Tiene pololo/a?”, “me gustan las mujeres/hombres como tú”, “¿por qué vas solita/o?”)	82,3%	3,2%	96%
Se han apoyado sobre tu cuerpo con intenciones sexuales (Ej: punteos), sin tu consentimiento	76,2%	2,9%	96,5%
Te han tocado o manoseado el cuerpo o partes de tu cuerpo sin tu consentimiento	64,9%	5,8%	93,2%
Te han susurrado cosas con connotación sexual al oído	57,4%	1,5%	98,1%
Han tomado fotografías, videos u otros registros de tu cuerpo, sin tu consentimiento	14,4%	1,1%	97,7%

(OCAC, 2021)

Dato curioso:

Apenas hay calles con nombre de mujer. Un estudio de miles de vías, avenidas, caminos o callejones muestra que por cada una dedicada a los personajes femeninos, hay diez para los masculinos, aumentando así el sentimiento de los hombres de dominio en estos espacios.

(CRIADO, 2021)

Las víctimas adoptan nuevos comportamientos y rutinas para evitar futuras experiencias de acoso y así disminuir la probabilidad de volver a sentirse vulneradas. Es decir, se les coarta las libertades de poder expresarse en un entorno público como por ejemplo la libertad de elegir las prendas que quieran sin tener que preocuparse de no “mostrar mucho cuerpo” para así no sufrir un acontecimiento molesto causado por hombres. “Estas consecuencias pueden tener efectos de más largo plazo en términos cognitivos como miedo a la victimización, ansiedad en lugares públicos, miedo a la violación y conductuales llevando a modificar prácticas de movilidad, autonomía y uso de espacios públicos (Lennox, 2017).

El problema del acoso sexual callejero es que no es comúnmente denunciado a pesar de la frecuente ocurrencia de este, considerando el estudio de la OCAC donde el 83,8% de los encuestados han sido víctima de acoso en la vía pública (OCAC, 2015). No se le da la importancia correspondiente ya que son actos “normalizados” por la sociedad. “Desde el 2015 sobre el 90% de chilenos y chilenas estaban dispuestos y dispuestas a sancionar toda forma de acoso callejero (OCAC, 2015), cuando se trata de reconocer una vivencia concreta de acoso sexual en el espacio público, solo el 36% declaraba afirmativamente” (Molina, 2021) Esto quiere decir que hace falta un reconocimiento o una validación de las situaciones de acoso.

Gráfico 1: Cambios conductuales tras vivir una experiencia de acoso en la vía pública, en frecuencia y porcentaje

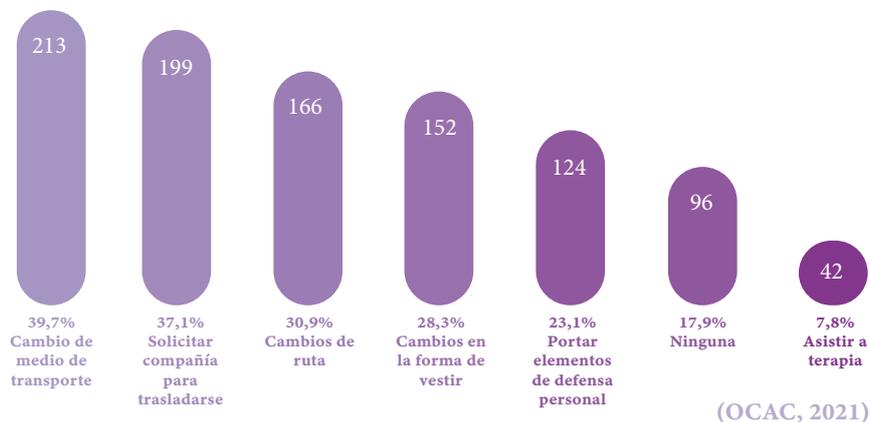
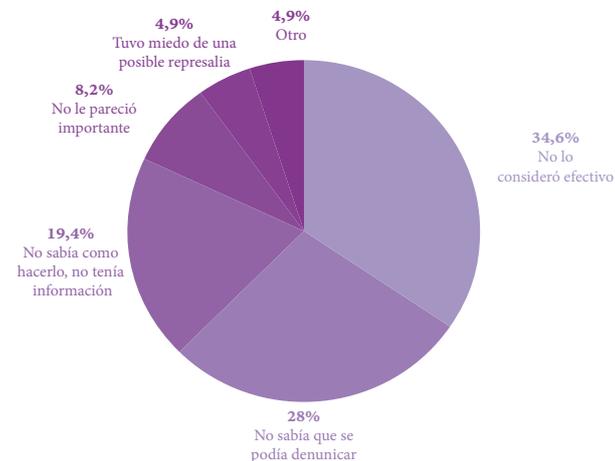


Gráfico 2: Razones por las cuales no realizó una denuncia



(OCAC, 2021)

Además, “casi un 60% de quienes denuncian no tienen toda la información para hacerlo, lo que indica que faltan mecanismos para dar a conocer de manera efectiva a los usuarios y víctimas” (Arenas & Madrid, 2021).

Existen leyes que penalizan los actos de violencia en lugares públicos como lo es la ley 21153 promulgada el 16 de abril de 2019. El problema es que siguen habiendo altos casos de situaciones de acoso callejero y pocas denuncias al respecto según el estudio realizado por la OCAC en febrero 2021 sobre experiencias de violencia sexual en medios de transporte y espacios públicos en Chile. Esto debido a que no sólo se requiere de una ley, sino que también se necesita sensibilizar con respecto al tema y dar a conocer el impacto que tiene estos actos en las víctimas tanto en acosos graves como en los cotidianos que normalmente son ignorados o aceptados por la sociedad, minimizando el daño causado y las consecuencias que trae consigo. Al no tomar asunto sobre el tema

la mujer seguirá teniendo una condición subordinada en espacios públicos.

Conceptos:

Violencia: “Las conductas de los individuos que intenten, amenacen o infrinjan daño físico o psicológico a otros individuos, asimismo (suicidio) o a objetos inanimados. Cuando está dirigida a otros individuos también debe considerarse la violencia psicológica. Los actos de violencia pueden ser criminales o no”.

Víctima: “Cualquier persona o grupo que haya sido afectado por un delito que dañe su integridad física, su propiedad o la afecte moralmente”

Sensación de inseguridad: “Sentimiento de vulnerabilidad y desprotección ante la posibilidad de ser víctima de algún delito. Situación de delincuencia. La sensación de inseguridad está compuesta tanto por un factor afectivo o emocional, el que podría denominarse temor, y otro más cognitivo y relacionado a la probabilidad que las personas tienen de ser víctimas.

(OGAZ & SAEZ, 2009)

Importancia actividad femenina y la participación del running en las mujeres

Según la Organización Nacional de la Salud se considera como actividad física cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija gasto de energía. Se clasifica según la intensidad con la que se practica, existen dos maneras diferentes de realizar actividad física: Actividad física moderada y actividad física vigorosa o intensa que es donde se requiere un esfuerzo físico mayor que la actividad física moderada, como el running

El running es una actividad deportiva socialmente conocida que se basa en la actividad de correr. Giddens, plantea que el Running puede ser definido como un estilo de vida, como un “conjunto de prácticas más o menos integradas que un individuo adopta no sólo porque satisfacen sus necesidades utilitarias, sino también porque dan forma material a una crónica concreta de la identidad del yo” (GIDDENS, 1997).

Es una actividad que repercute positivamente en las personas porque aporta a sus practicantes mejoras al organismo en distintos niveles mejorando así la calidad de vida y la expectativa de esta y a la vez ayuda a que las mujeres se empoderen y sean menos condicionadas por los estereotipos de género.

En primer lugar, los beneficios psicológicos están arraigados a la liberación de serotonina, considerada la sustancia química encargada de mantener en equilibrio los estados de ánimo. Se mejora la autoeficacia

y el autoestima, reduciendo entonces los niveles de estrés en el cuerpo, la ansiedad, los trastornos asociados a la imagen corporal y el autoconcepto (MEDINA & URRRA, 2007). Esto deriva a mejorar la confianza, lo que en las mujeres permite comprender mejor su ser, ser más críticas con ellas mismas y con la sociedad comprendiendo su capacidad y poder y ayudándoles consecutivamente a relacionarse mejor con el medio.

En segundo lugar, realizar esta actividad trae mejoras a nivel muscular, las estructuras óseas se vuelven más estables. La contracción muscular libera calcio que hace que los tendones y ligamentos se fijen a los huesos, evitando así lesiones vinculadas a la osteoporosis (F.González & D.Rivas, 2017). Siendo la osteoporosis una enfermedad muy común en mujeres posmenopáusicas.

Dentro de los múltiples niveles de beneficios que el running le entrega al organismo también está la mejora metabólica del cuerpo ya que equilibra los niveles de lípido y glicemia en la sangre, favoreciendo al mismo tiempo la pérdida de peso y retrasando la resistencia a la insulina. El sistema inmunológico se ve también favorecido por el incremento de la producción hormonal, generando un aumento de las defensas y una reducción en la incidencia de algunos tipos de cáncer, especialmente los de mama, colon y páncreas. (F.González & D.Rivas, 2017)

A pesar de que la actividad física tiene muchas recompensas positivas aún hay muchas mujeres que no realizan y son sedentarias. En los hombres, el índice de sedentarismo alcanza el 80,1%, mientras que las mujeres presentan un 84% (Gobiernodechile, 2016) El porcentaje de participación en el running es menor en las mujeres que en los hombres debido a que, según estudios, ellas tienden a realizar actividad física por motivos de salud y preocupación sobre su apariencia corporal. El género masculino en cambio lo realiza mayormente por diversión, lo que provoca un descenso de la actividad física femenina ya que sus motivos son externos (F.González & D.Rivas, 2017).

“Solo cerca del 40% de la población femenina cumple con las recomendaciones mínimas de 150 minutos de actividad física moderada a la semana” (F.González & D.Rivas, 2017). La disminución de la actividad física en las mujeres como lo es el running genera una disminución de la capacidad del organismo de operar correctamente, proyectando una mayor probabilidad de padecer alguna enfermedad.

El menor porcentaje de participación femenina en el deporte se puede visualizar por ejemplo en Chile según cifras del Maratón de Santiago siendo la participación

Gráfico 3: Promedio de horas de ejercicio a la semana



Elaboración propia a partir de información del estudio Ipsos Global Advisor 2021

femenina de un 35,5% en 2019. Sin embargo cabe señalar que aunque aún hay mayor interés por parte del género masculino, el mayor crecimiento ha sido el segmento de la mujer, aumentando en un aproximado de 280% desde 2012 a 2019. (Castillo, 2019)

El running es un fenómeno que hoy en día está en tendencia principalmente por el mayor conocimiento de los beneficios que otorga a nivel físico, psicológico, emocional y/o social. Es necesario aumentar el porcentaje de incentivo de actividad física como el running específicamente en las mujeres para que así todos tengan las mismas oportunidades de poseer una mejor calidad de vida a través del deporte.

Gráfico 4: Número de participantes femeninos Maratón Santiago

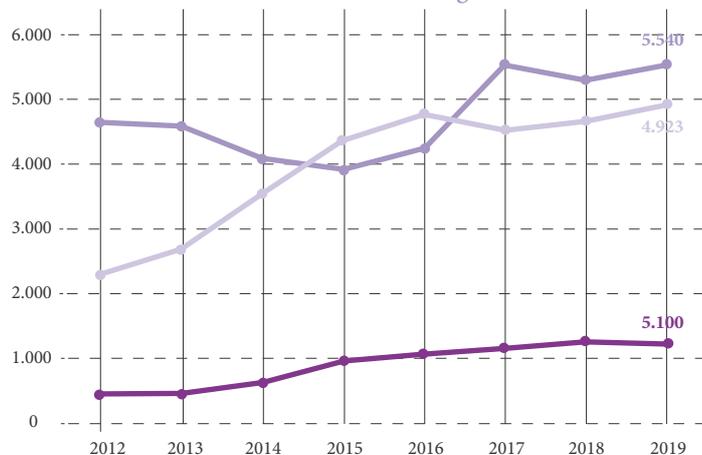
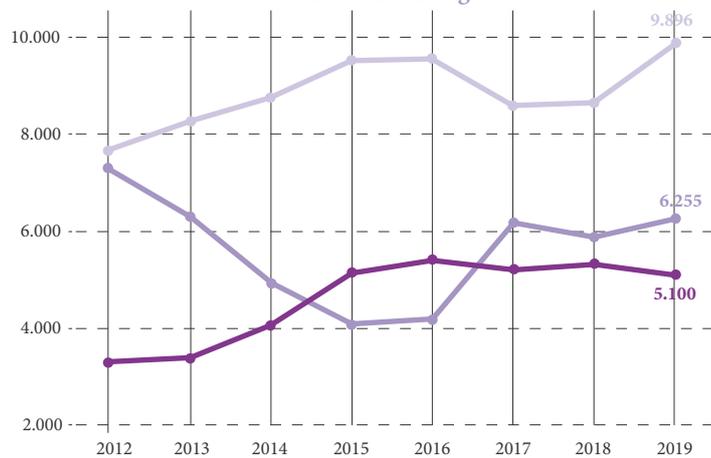


Gráfico 5: Número de participantes varones Maratón Santiago



(Maratón Santiago, 2019)

10K

21 K

42 K

04.

Levantamiento
de información

**Objetivo general levantamiento
información:**

Comprender los momentos de vulnerabilidad de la mujer en el running al correr sin compañía, mediante el análisis de factores ambientales que estén relacionados para así poder mejorar la experiencia de estas mujeres.

**Objetivos específicos levantamiento
información:**

1 **Analizar y comprender los momentos de quiebre en la rutina o los factores que condicionan a la usuaria .**

2 **Comprender el significado de la vulnerabilidad en las mujeres y su alcance en la práctica del running .**

3 **Agrupar las características en común de las mujeres runners**

1 Analizar y comprender los momentos de quiebre en la rutina o los factores que condicionan a la usuaria .

→ Metodología:
Viaje de usuaria

Ivanna
35 años

Francisca
23 años

Renata
24 años

Fernanda
30 años

Silvana
38 años

Isabelle
25 años

Sofia
43 años

En primer lugar se realizó un estudio del **viaje de usuario** de 7 runners mujeres, analizando el antes, durante y después de la salida a correr por las calles para así comprender mejor los factores que las condicionan en sus acciones. Para obtener el mapa de viaje de usuario se entregó a cada runner un papel con una línea de tiempo la cual debían rellenar.

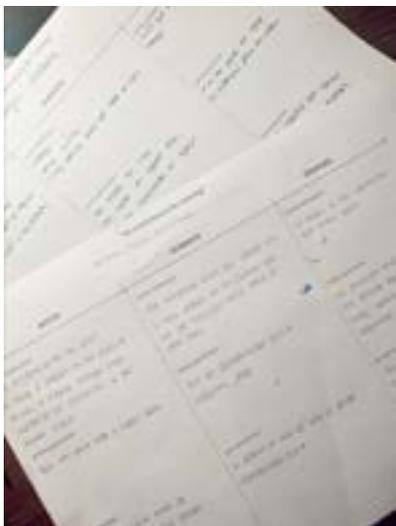


Imagen autoria personal

Como resultado el 100% de las usuarias tuvo un momento de quiebre que cambiaban su forma de actuar frente al running.

Se detectó que todas dependían de la luz; optan salir en horarios con luz solar y realizan generalmente sus rutas por la mañana. Ivanna recalca que su tendencia a salir en esos horarios es por seguridad e incluso menciona que “ está muy heavy la cosa para en la tarde salir, me da miedo”.

La compañía se ve influenciada por el nivel de seguridad que las runners experimentan. Cuanto menos seguras se sienten con respecto a los factores externos de su ruta, más acompañadas salen. Por ejemplo Renata dice: “Voy en la mañana, y no oscuro y si es oscuro voy acompañada por seguridad. En general voy entre 7:00 y 8:00 de la mañana pero en invierno prefiero armar un grupo” . Isabelle recalca lo señalando diciendo “me gusta trotar tarde pero a veces me complica porque está un poco más oscuro y me da nervio volver sola y prefiero no salir si no tengo partner esos días”.

Las rutas escogidas por las usuarias son por

variadas razones. Fernanda tiene preferencia por rutas con varios corredores alrededor para sentirse acompañada y señala que le gustan las rutas sin interrupciones de semáforos. Silvana cambia las rutinas, siempre trota por el mismo lugar porque conoce bien la ruta y sabe que tipo de eventos posibles le podrían suceder. Francisca realiza la ruta que hacía anteriormente con su hermano porque dice que le da más confianza una ruta ya experimentada con anterioridad.

Tres de las usuarias afirman sentirse más seguras en rutas conocidas ya que en otras manifiestan temor a encontrarse ante situaciones no placenteras como lo podrían ser construcciones, falta de acera o incluso orificios que pueden causarles lesiones. Sin embargo a pesar de realizar rutas conocidas hacen alteraciones pequeñas para no seguir siempre exactamente el mismo recorrido.

Por último la preocupación por la vestimenta era una preocupación que en un principio se pensaba que era mayor pero solamente una de las encuestadas decretó no salir con shorts porque como dice ella “siento que la gente es muy morbosa, me incomoda”

(Fernanda). Menciona que siempre lleva consigo un polerón manga larga para taparse en caso de emergencia.

Con el mapa de viaje se pudo detectar que para las mujeres el goce del running depende de ciertos factores, los que condicionan el comportamiento y la decisión de salir, siendo estos:

- Presencia de luz
- Compañía
- Ausencia Semáforos
- Rutas desconocidas
- Construcciones
- Falta acera
- Orificios
- Vestimenta “provocadora”

Metodología: Entrevista

Josefa
Runner activa

María Jesús
Runner casual

Fernanda
Runner activa

Elisa
Runner casual

Paula
Runner activa

Catalina
Runner activa

Consuelo
Runner activa

Valentina
Runner casual

Gerente
Sosafe

Tras comprender mejor algunos comportamientos realizados por mujeres runners se decidió realizar una entrevista a otras 8 mujeres con el fin de analizar y comprender aún mejor a la usuaria y a las rutinas realizadas.

Se comprendió que la experiencia de running es un momento único para ellas, de relajación y desconexión:

“Corro porque hacer deporte es una obligación con el cuerpo para mantenerse saludable, me hace sentir con energía; me gusta la sensación de auto superarse, de exigirse más.” (Consuelo)

“Es mi momento personal, el trote lo tomo mi momento de relajación, para cuidar el cuerpo que me hace bien.” (Paula)

“Corro para tener instancias conmigo misma. El running es la meditación activa.” (Catalina)

“Lo que más me gusta es eso de tener un tiempo donde mis pensamientos desaparecen un poco y puedo observar distintos ambientes” (Valentina)

Ellas a través del running buscan un momento de despeje, donde no quieren verse

interrumpidas por factores externos, los que sin embargo están presentes al momento de salir a correr.

La cultura arraigada a la sociedad es un gran factor que genera incomodidad e inseguridad ya que al ser una cultura machista la mujer se ve objetificada y ellas efectivamente lo perciben y hacen que su capacidad de goce no sea total ya que perjudican su bienestar.

“En Chile siempre estoy atenta a todo, es una cultura que me hace sentir muy insegura.” (Josefa)

“En Chile en general somos una cultura super mirona” (Elisa)

“Los hombres al verte más chica o más vulnerable, se sienten con el poder de hacer lo que sea y de ser abusivos.” (María Jesús)

Estos momentos de inseguridad percibidos generan cambios en el comportamiento de las runners, afectando su ritmo, sus metas y además las distraen y pierden su momento de “despeje mental”. Estas situaciones distractoras son por general la presencia de

hombres ya que existe un miedo interno en las mujeres de las repercusiones que dichos personajes les podrían traer. El miedo provocado en las mujeres trae la validación hacia el poderío de los mismos hombres en las calles sobre las mujeres, haciéndoles sentir superiores.

“En las mañanas si veo a un hombre prefiero cruzar la calle porque me pongo muy nerviosa” (Valentina)

También hay factores de los cuales las mujeres se preocupan para prevenir las miradas y no ser convertidas en objetos sexuales, por ejemplo Fernanda dice que al estar tan expuesta en las calles ella va con ropa que le cubre todo el cuerpo para así evitar incomodidades. María Jesús, kinesióloga, dice que algunas mujeres se encorvan para esconder sus pechugas de los hombres, lo que termina en un mal desarrollo corporal y una mala postura que puede causar mayores daños y molestias en un futuro. Elisa menciona que trota con audífonos para evitar pasar malos ratos y si es que escucha algo acelera y evita. Todo esto puede conllevar a que muchas mujeres opten por no salir por miedo a que

algo les suceda, y también porque muchas asimilan que el running en las calles está directamente relacionado con pasar malos ratos. Incluso Paula menciona en una ocasión que no la dejaban salir de pequeña por el miedo a que la atrapasen o la robaran.

Sin embargo, no son solo los hombres quienes interrumpen el bienestar de las mujeres runners, sino que también existen otros factores como lo son los perros sueltos en las calles.

“Una vez un perro me empezó a ladrar y me quería morder, pare de trotar porque ya estaba muy traumatizada y le hice dedo a un auto”. (Consuelo)

Según lo analizado, la oscuridad es un factor muy importante para el sentimiento de seguridad.

“Instintivamente en la noche me siento más alerta, me siento más insegura, más vulnerable. Me encantaría poder salir en la noche” .(Fernanda)

La noche genera inseguridad porque hay menos visión de los riesgos, hay menos personas circulando las que pueden ayudar en

caso de emergencia.

"No me gusta trotar a oscura, no me siento segura. Hay menos gente circulando, más cosas pueden pasar" (Paula).

Consecutivamente es entonces la presencia de personas alrededor un factor que genera sensación de seguridad.

"Si he sabido historias de amigas que las han perseguido porque iban corriendo sola por la playa en un lugar solitario- no debiera ser por ser mujer el no poder ir a lugares solitarios." (Consuelo)

Por lo mismo también el salir acompañada ayuda a tener una mejor experiencia de running, ya que no hay ningún momento "solitario". Con compañía las mujeres se sienten menos vulnerables ante cualquier incidente y/o suceso. Siendo la compañía también animales como lo es en el caso de María Jesús:

"Si salgo sola voy con mi perro, lo uso mucho como herramienta para no sentirme tan expuesta, mi perro es grande y me siento protegida con él."

Ella dice que salir acompañado es lo único que da seguridad al final del día. Otras mencionaron que sin compañía prefieren no salir y que también los grupos son una buena forma de protección e incentivo.

"Creo que armar grupos es una herramienta para protegernos entre nosotras mismas. No salir sola; hay más riesgos. Que se sientan integradas incluso partiendo. Debieran haber grupos para todas, es rico salir con más y sentirte apanada". (Consuelo)

"Si pasa algo somos un grupo y nos defendemos." (Josefa)

Paula menciona que los grupos de running son una comunidad muy bacán, pero que prefiere ir sola porque no quiere estar sujeta al ritmo de otro o porque no le gusta conversar, lo que hizo dar cuenta que la definición de una buena compañía es aquella que se adecúa a las preferencias y capacidades de cada persona.

Se detectó entonces que existen compañías que empeoran la experiencia runner ya que alteran el ritmo, desconcentran o incluso hace sentir más inseguras a las mujeres.

"Es desagradable correr con hombres porque sus egos los condicionan mucho, tienen que ir adelante de una corriendo más rápido; tienen ese chip innato de la competencia y de tener que ganarle a una mujer y eso me frustra y me presiona. En cambio, correr con las mujeres cada una corre en la suya y chao". (Fernanda)

Las mujeres que sí habían experimentado una buena compañía era principalmente porque su acompañante era del mismo sexo, mencionando incluso que se empoderaban más.

"La gente no es tan empática, no se, hacen cosas que me hacen sentir incómoda pero si voy con mis amigas, me importa muy poco lo que sucede alrededor". (Fernanda)

"Si no tuviera las amigas que tengo no podría hacerlo sola, me da miedo". (Catalina)

También se detectó que el acoso callejero es un tema "tabú" dentro de la sociedad. Muchas mujeres no sabían detectar las situaciones de acoso. Y al ser un tema no tan mencionado o visto como "un problema menor"

no está bien regularizado su castigo y por consecuente falta un reconocimiento de la vulneración de los derechos como persona de las mujeres

"Con amigas me ha pasado que estamos elongando y se ponen a grabar o nos tiran algún comentario y a mí se me revienta la yugular y pienso ¿por qué tengo que bancarme esta cuestión?, pero no te queda otra al final, todas ignoramos una situación que nos denigra como mujer". (Valentina)

Factores que interrumpen o condicionan la ruta o a la misma mujer runner:

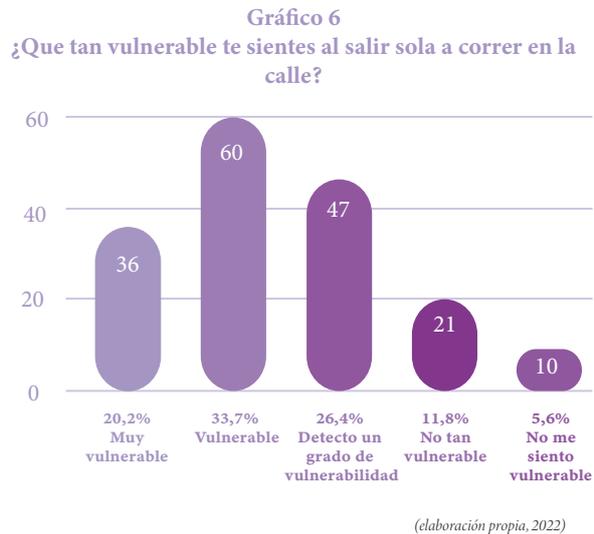
- Cultura machista
- Presencia hombres
- Perros sueltos
- Oscuridad
- Falta de compañía
- Atributos femeninos desarrollados
- Compañía inadecuada
- Acoso sexual tema tabú
- Falta regularización y reconocimiento de los derechos humanos de las mujeres en las calles.

2 Comprender el significado de la vulnerabilidad en las mujeres y su alcance en la práctica del running.

Metodología:
Encuesta

Se realizó una encuesta con 181 mujeres entre 15 y 52 años para poder medir más objetivamente con un mayor rango de personas la sensación de vulnerabilidad en el running.

Antes de influenciar de algún modo la mentalidad de las encuestadas se preguntó que tan vulnerable se sentían al correr solas en la calle. La tendencia fue clara, se sentían mayormente vulnerables (gráfico 6).

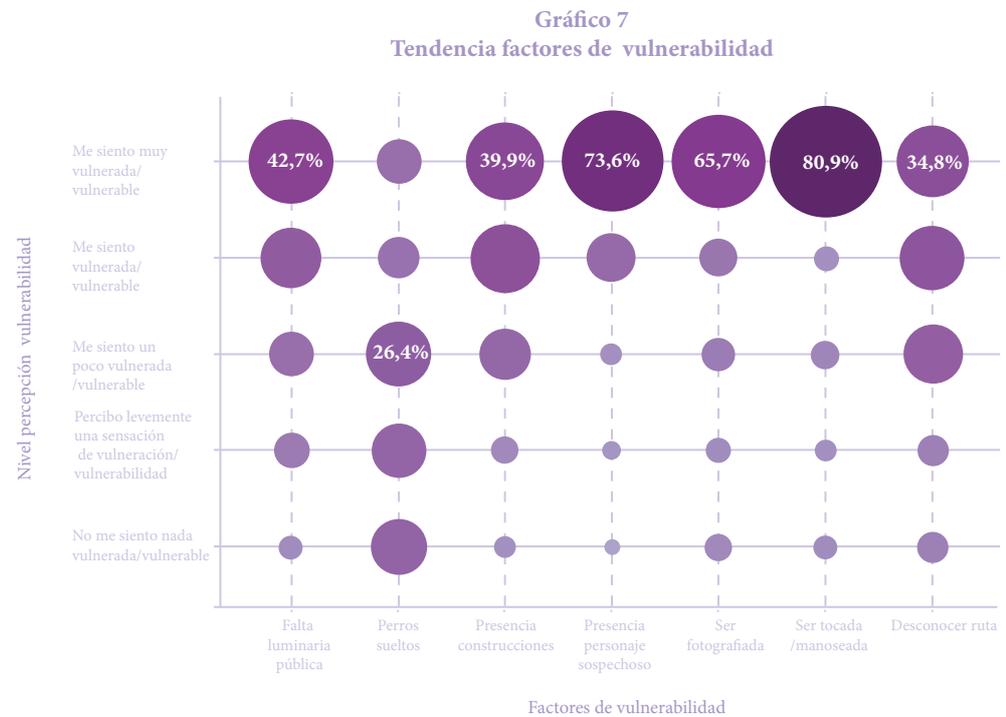


Luego en la siguiente sección se preguntó acerca de factores específicos que hacen sentir vulnerable a las mujeres. Los factores escogidos para la encuesta son los que tuvieron más tendencia en la recaudación de información anterior.

Anteponiendo las situaciones específicas se pidió clasificar el sentimiento de vulnerabilidad en el running, obteniendo los resultados del gráfico 7.

Conclusión:

Las mujeres efectivamente se sienten vulneradas en las calles y los momentos de mayor vulneración son los relacionados a los hombres. Se intuye que son estos momentos debido a la percepción de inferioridad en los espacios públicos de las mujeres frente a los hombres.



(elaboración propia, 2022)

3 Agrupar las características en común de las mujeres runners.

Según los datos analizados en las entrevistas y las encuestas se hizo una recopilación de las aptitudes de las runners y sus tendencias para así poder categorizarlas.

Se detectaron 2 tipos de clasificación:

1. Según su nivel de runner:

- La que está recién empezando, suele sentirse más vulnerable, desconoce rutas y prefiere ir acompañada.
- La que lleva un poco trotando, tiene rutas establecidas, realiza la actividad en los horarios que se le liberan
- La que trotta regularmente, es la que suele tener un grupo de amigas runners y salen a correr al menos dos veces a la semana.
- La profesional, es aquella que corre para lograr grandes objetivos, es constante y no deja que nada la interrumpa.

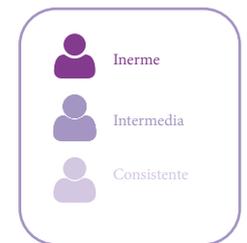
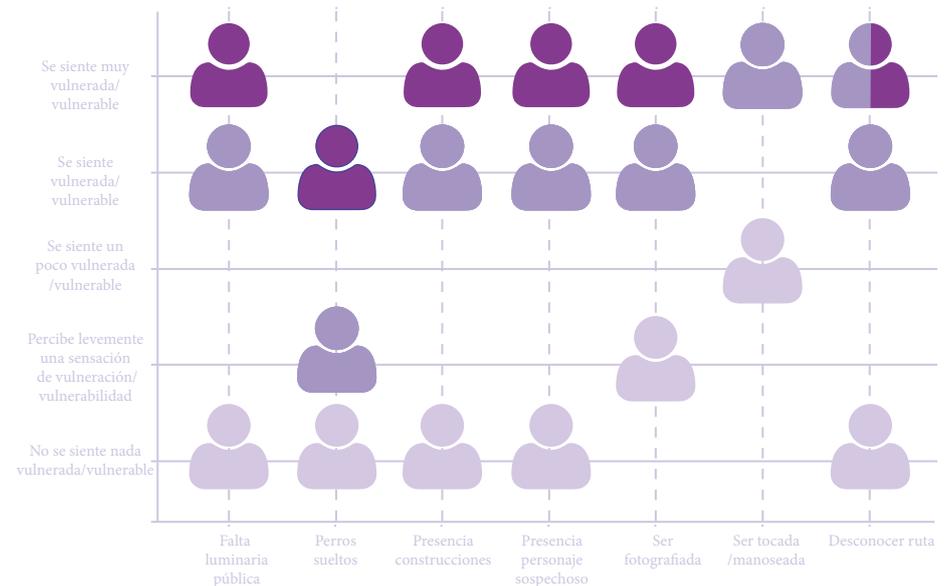
2. Según su nivel de percepción de vulnerabilidad las que son nombradas como:

Consistente: Mujer que no se siente vulnerable ante situaciones que podrían interrumpir el goce del running. Por lo general son las que llevan más tiempo practicando el deporte y ya son más experimentadas. Su único enfoque es correr.

Intermedia: Mujer runner promedio que prefiere evitar ciertas situaciones para prevenir sentirse vulnerada. Solo sale cuando hay luz y si no es así sale acompañada, prefiere parques y lugares con menos vehículos, si ve a hombres los evita y cruza la calle

Inerme: Mujer que prefiere prevenir antes de lamentar. Tiene en su agenda los horarios para ir a correr, se preocupa de su vestimenta, está siempre atenta a lo que sucede y tiene especial preocupación por la ruta que recorre, no le gusta innovar y siempre prefiere ir acompañada, si no no sale.

Gráfico 8
Aptitudes runners

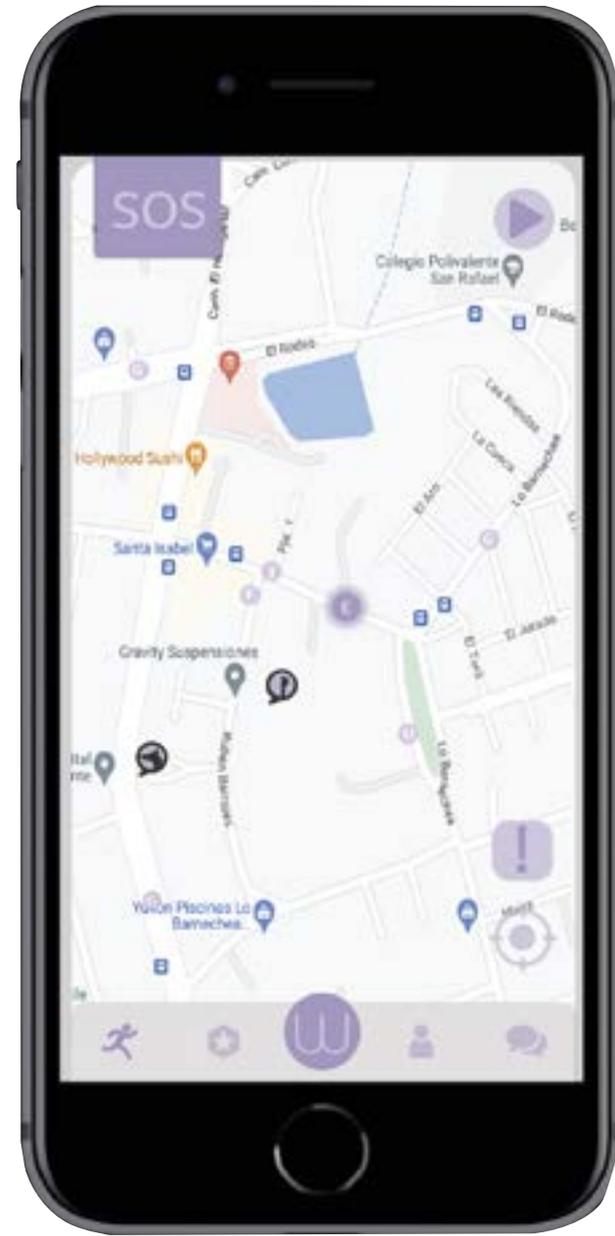


Elaboración propia

05.

Worun

worun



Pantallazo prototipo Figma

Problemática

La posición de la mujer en el running se ve desfavorecida al correr sola por la ciudad en relación a la sensación de seguridad y/o vulnerabilidad. Las mujeres se enfrentan en las calles a situaciones que las claras desigualdades de género han estimulado. Se ven “interrumpidas” por factores ambientales los cuales mayormente son los compartimentos que tienen algunos hombres como acosos verbales y no verbales y/ o acosos físicos, pero también por las condiciones físicas del lugar donde se corre. Por lo mismo, muchas runners por tan sólo ser mujeres, se ven limitadas por el miedo que sienten al correr solas.

Las mujeres por miedo a las consecuencias que las interrupciones mencionadas pueden causar se unen a grupos de running para sentirse más protegidas. Sin embargo, genuinamente muchas preferirían correr por su propia cuenta para tener un momento de despeje mental, sin factores que dañan el ritmo de trote.

Es importante brindar una solución a la vulnerabilidad que sienten las mujeres de manera que no se vea restringida en su actividad de running, fomentando así la equidad de género en el deporte y la salud.

Formulación

¿Cómo aumentar la sensación de seguridad y reducir la vulnerabilidad en las mujeres runners para fomentar el deporte en espacios públicos ?

Qué:

Experiencia de servicio que mediante una plataforma busca facilitar la reunión, conexión y compañía entre mujeres interesadas en el running para reducir la sensación de vulnerabilidad durante sus entrenamientos en la calle.

Por Qué:

Existe una desigualdad de género que hace que las mujeres se vean restringidas de sus posibilidades de correr en ciertos espacios públicos y en ciertas horas particularmente debido a la posibilidad de sufrir violencia física, sexual o psicológica.

Para Qué:

Para entregar más oportunidades a las mujeres mediante la agrupación y la entrega de un sistema de seguridad y así prevenir situaciones derivadas principalmente de la sociedad machista, fomentando la participación en el running y consecuentemente una vida más saludable.

Oportunidad diseño

Objetivo general:

Ofrecer una plataforma en la que las mujeres que disfrutan del running al aire libre puedan sentirse seguras y parte de una comunidad mediante la facilitación de la reunión, conexión y compañía entre ellas con el fin de que se sientan menos vulnerables.

Objetivos específicos:

1. Facilitar la creación de comunidad de mujeres runners a través de una aplicación web-mobile.
2. Evaluar la sensación de seguridad
3. Facilitar la reunión de mujeres runners
4. Creación de una plataforma intuitiva, atractiva y eficiente.

06



Contexto de
implementación

Contexto Implementación

El proyecto será implementado en un principio en Chile debido a la fácil accesibilidad y la cercanía. Esto con el fin de probar, testear y ver de cerca los resultados y las repercusiones de este y las posibilidades de resolución. Estará focalizado en las zonas urbanas ya que es donde hay mayores factores distractores que perjudican el bienestar del running de las mujeres.

Según Instituto Nacional de Estadísticas, Chile contiene una población de 19.212.362 personas, siendo el 55,7% mujeres. Esto quiere decir que por cada 100 mujeres hay 95,9 hombres. Las regiones donde hay mayor índice de masculinidad son Antofagasta, Aysén y Magallanes, y menor en Valparaíso, Bio Bio y la Araucanía. La población de la Región es de 6.061.185 habitantes, equivalente al 40.1% de la población nacional.

Gráfico 8: Porcentaje de población por género
Censo 2017



Fuente: INE

Patrón de valor

Actualmente, hay distintos proyectos para aumentar la seguridad de las mujeres en espacios públicos como son las calles, sin embargo, no existen proyectos que también entreguen la formación de comunidad runner y de conexión con pares con características similares dentro de una misma zona. El proyecto más similar que se encontró fue “voy contigo”, aplicación que crea una comunidad segura de mujeres, unidas y empoderadas contra la violencia de género. Worun, por otra parte, se dirige a la misma problemática, pero se enfoca en las mujeres runners tomando en cuenta sus conductas y creando una experiencia segura y en compañía. El fin del proyecto es generar una comunidad de runners que se sientan empoderadas en las calles, sin que factores externos las perturben como lo podría ser el miedo por ser intimidadas por un hombre o por el simple hecho de ir con una “mala” compañía, que no se adecúe a las necesidades de la runner.

El objetivo a largo plazo es que más mujeres se quieran unir a la comunidad Worun y se aumente el porcentaje de mujeres runners en el mundo por lo que es imprescindible que el proyecto sea llevado a cabo a nivel global para tener mayor repercusión y mayor alcance.



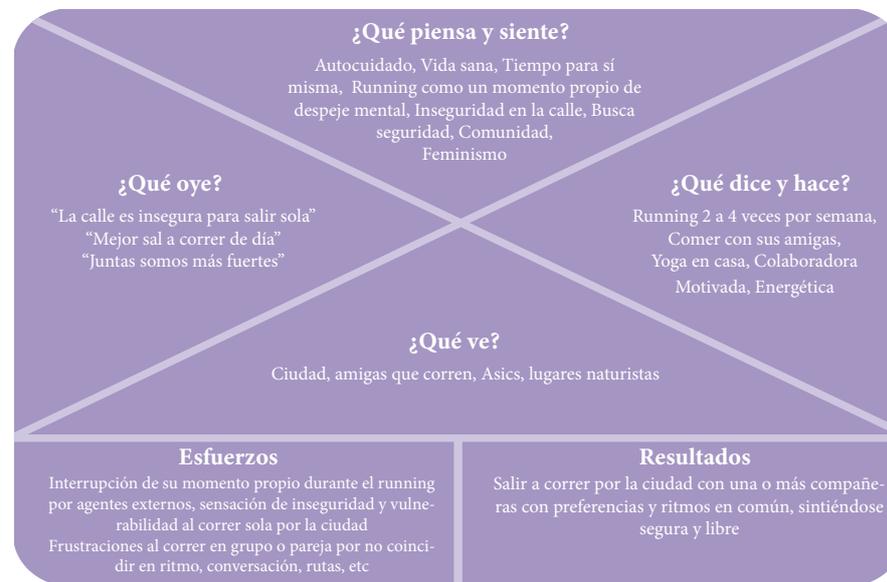
Aplicación voy contigo en Google play

Usuaría

Nuestras usuarias son mujeres entre 18 y 60 años. Pertenecientes a los grupos socioeconómicos C2, C1 y AB. Son mujeres motivadas y energéticas, que se preocupan por el autocuidado, la vida sana y el deporte. Practican el running como instancia de despeje mental, pero muchas veces se ven interrumpidas por sentirse inseguras o vulnerables al correr solas por las calles de la ciudad debido a agentes externos, tales como la falta de luz en algunos sectores o el acoso callejero verbal, no verbal o físico. También sienten frustración al correr con grupos o parejas que no coinciden con el ritmo propio o con sus preferencias para correr. Son seguidoras de amigas que corren pues les gusta ver y sentirse parte de la comunidad de mujeres runner existente. En la semana corren de 2 a 4 veces y se juntan con sus amigas el fin de

semana a comer.

“Desde chica me gusta correr, tanto para jugar un juego con un objetivo específico como para correr por correr. Siento que es como desafío personal, voy avanzando en el tiempo, y además es bueno para el cuerpo, para mantenerse activo. Y por salir, a mí me gusta mucho salir a interactuar con el mundo afuera de mi casa así que es por eso también, es entretenido. El único problema es que me da miedo salir sola y me cuesta encontrar una partner que tenga mi mismo ritmo”.
(Josefa)



Contexto

Implementación

Según la encuesta Nacional de Hábitos de Actividad Física y Deportes (Mindep) el 64,3% de la población adulta del país es inactiva. 1 de cada 4 hombres adultos del país es activo, es decir, realiza actividad física de manera diaria, mientras que esta proporción disminuye en el caso de las mujeres, dado que aproximadamente 1 de cada 5 es activa. En todas las regiones predomina proporcionalmente la población inactiva, pero se destaca la región Metropolitana como la región con mayor nivel de inactividad, con un 78,8% de la población adulta a pesar de ser la zona con mayor densidad poblacional.

Con respecto al running según los datos de la encuesta mencionada el 7% de la población chilena asegura practicar running. El 33,8% es el porcentaje de mujeres runners con respecto a la cantidad total de runners en Chile.

Gráfico 9: Corredores por nivel socioeconómico
% que dice practicar running

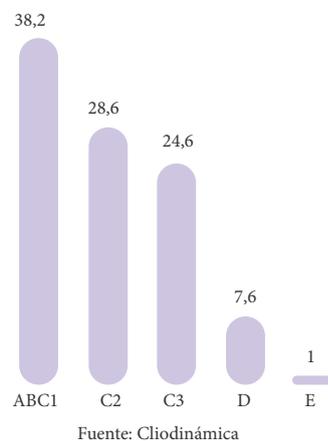
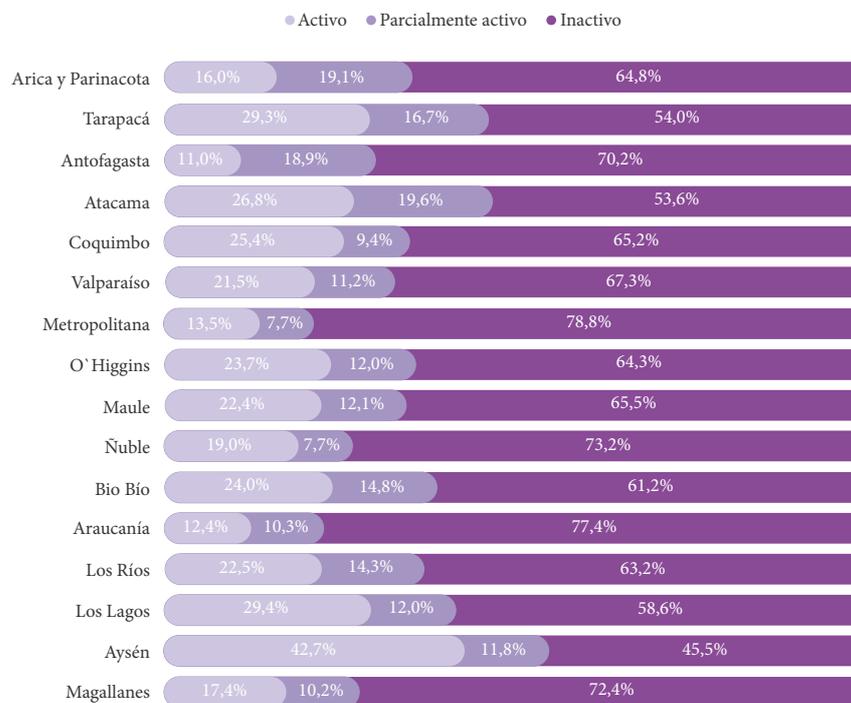
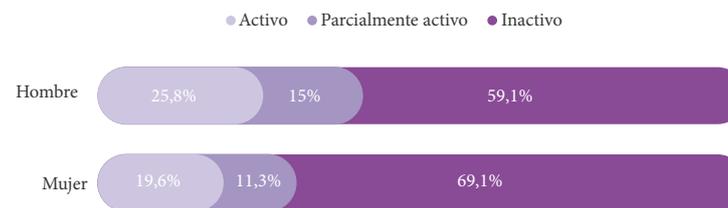


Gráfico 10: Índice de actividad física por Región



Fuente: Cliodinámica

Gráfico 11: Índice de actividad física por Género



Fuente: Cliodinámica

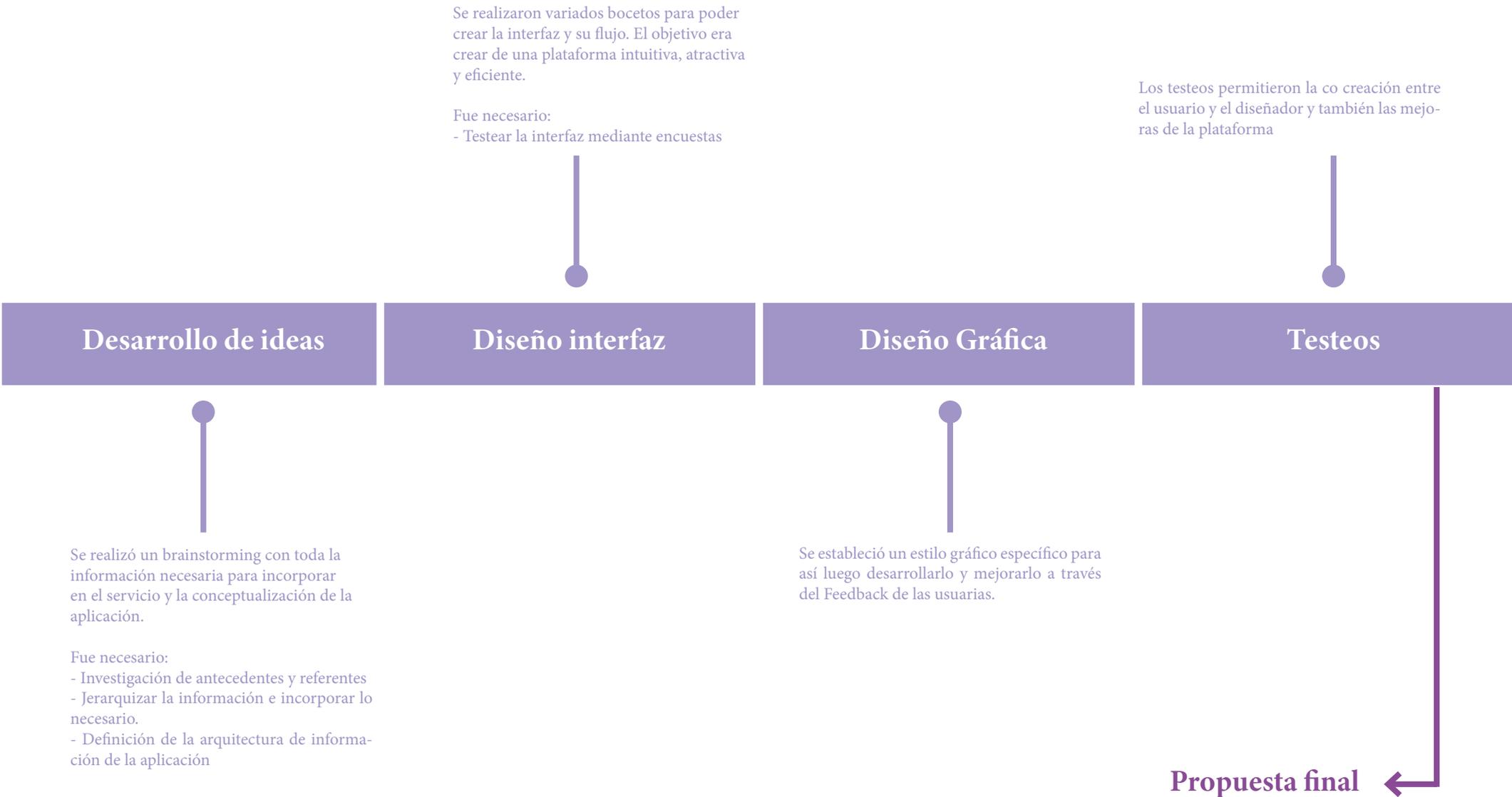
Cabe destacar que la problemática abordada es un problema global por lo que se proyecta que en un futuro la aplicación pueda instalarse alrededor del mundo para que así la comunidad de mujeres runner este presente en todos los lugares que sea necesario y las acompañe en cada destino siendo seguras y conectadas.

07



Proceso de
diseño

Etapas del proyecto



Decisiones generales del proyecto

¿Por qué una aplicación?

Hoy el internet y las tecnologías de pantalla, en especial los teléfonos celulares, están cada vez más presentes en la vida cotidiana y es un dispositivo que la gran mayoría de la población tiene. Estos aparatos han llegado a generar cierto nivel de dependencia en los usuarios, quienes dependen de ellos en todo momento incluso para salir a correr, ya que esto les brinda música y conexión con otras personas en caso de requerirla. Se quiere entonces, aprovechar el uso de los teléfonos celulares e internet ya que es algo que los usuarios están familiarizados, llevan consigo en el running y saben cómo usar, dándole la utilidad mediante una aplicación de poder generar una comunidad de mujeres seguras y conectadas.

Por otro lado, al ser una herramienta que permite mostrar quiénes se encuentran cerca del usuario o donde se encuentra el usuario en caso de emergencia, se requiere la función de geolocalización, siendo la aplicación la mejor alternativa para cumplir ese requisito, pues el teléfono móvil lo permite.

Atributos y requerimientos:

Atributos:

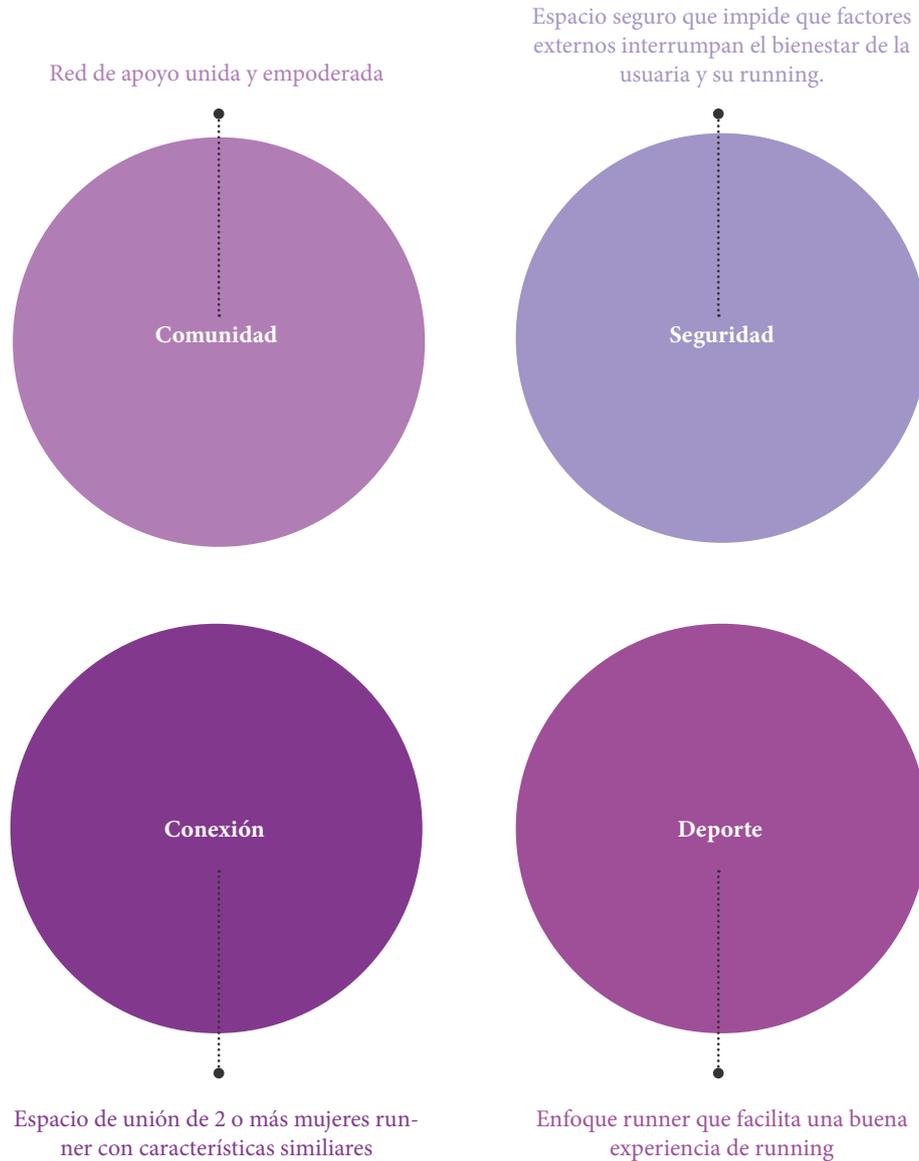
- a) Fomentar la conexión de las mujeres runners
- b) Crear una comunidad
- c) Generar sensación de seguridad
- d) Brindar seguridad

Requerimientos:

- a) Interfaz intuitiva
- b) Sencilla
- c) Lenguaje cercano
- d) Gráfica atractiva
- e) Fácil de usar

Desarrollo desde lo conceptual

A raíz de la problemática planteada, fue necesario la creación de 4 pilares fundamentales para la conformación de la aplicación. Estos nacieron a raíz del estudio previo que fue imprescindible para comprender a cabalidad los requerimientos necesarios para crear un mejor viaje de usuario para las mujeres runner. Estos se conforman a partir de la comunidad, la conexión, la seguridad y el deporte, todos con el mismo grado de importancia, los que serán para todo el proyecto los 4 pilares fundamentales.



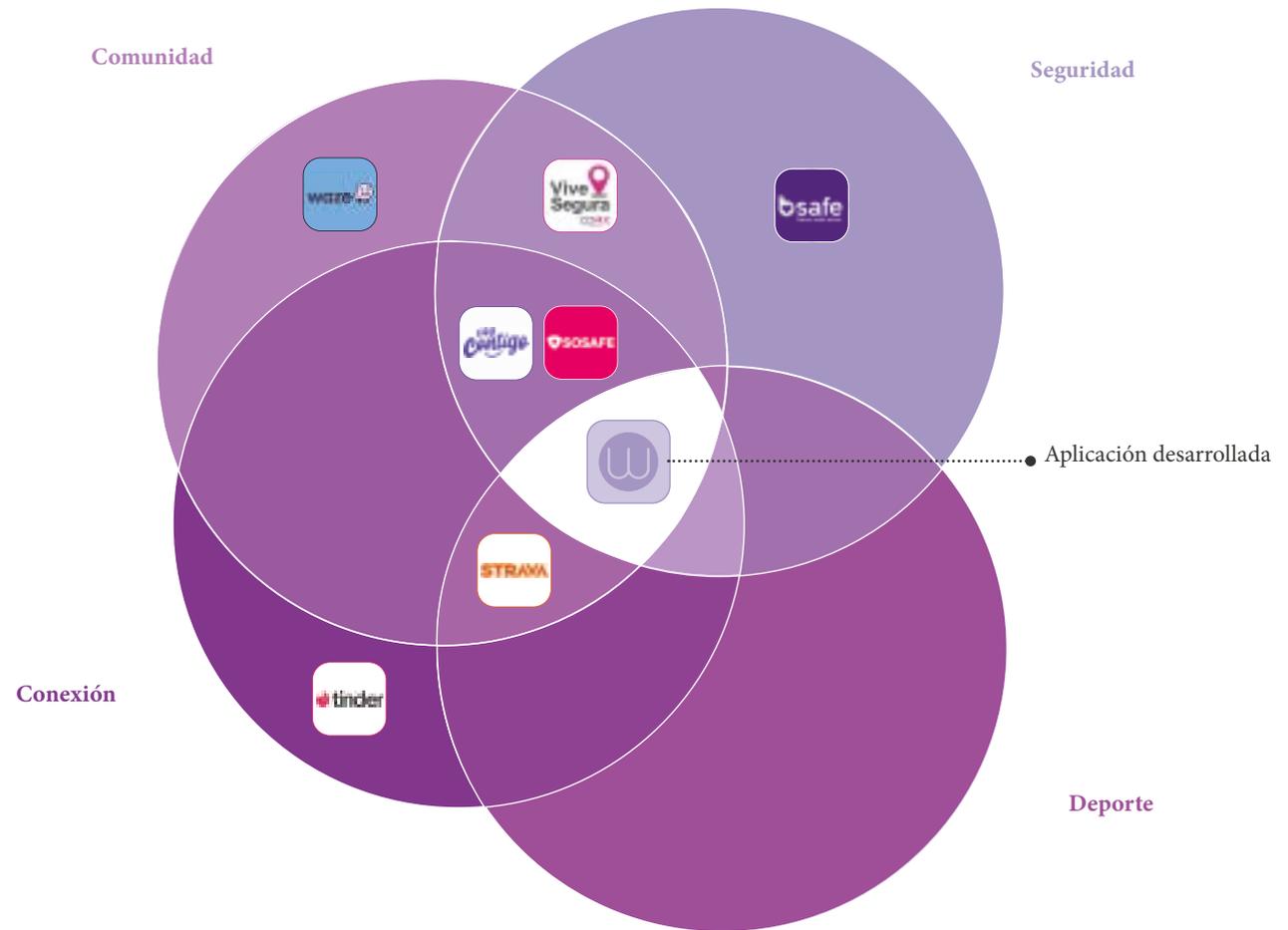
Antecedentes y referentes

Gráfico 12: Círculos de relaciones 4 pilares

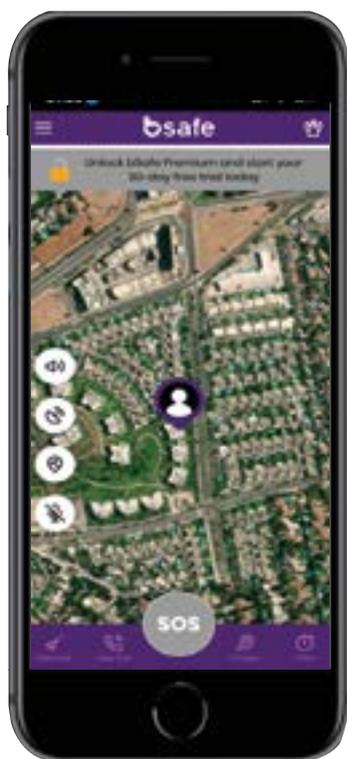
Para la fase de ideación se buscó referentes y antecedentes que formaran parte de uno o más pilares. Se analizaron específicamente las funciones de cada aplicación, lo que inspiraron a la futura creación de la aplicación a desarrollar.

Se analizó:

- B Safe
- Vive segura
- Voy Contigo
- Strava
- Tinder
- Waze
- Sosafe



Antecedentes y referentes



B Safe

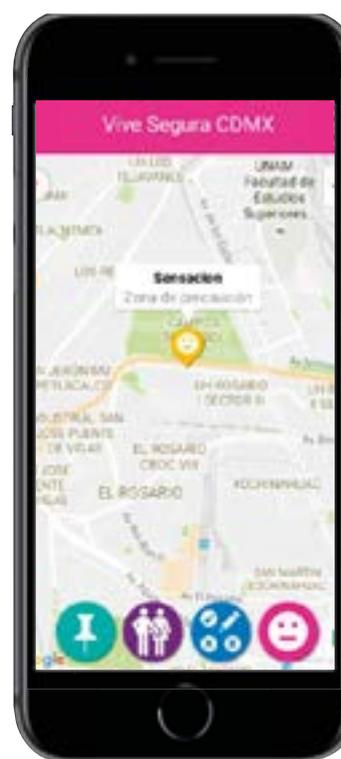
Categoría: Aplicación pagada de seguridad

Definición: Aplicación que ofrece monitoreo de actividad entre contactos seleccionados y la emisión de alerta por medio de llamada o un mensaje dentro de la app. Se activa a partir de diversos medios (botón, shake-it, voz) y permite hacer streaming (de voz y video). Sólo disponible en inglés.

Usuario: Todo tipo de usuario

Principales funciones referenciales:

Boton SOS: Boton para llamar a la seguridad
Follow me: enviar a los contactos escogidos la ubicación para que sigan el rastro.
Transmisión en vivo: ante una emergencia se transmite en vivo para que los contactos visualicen y puedan ayudar.



Vive segura

Categoría: Aplicación de prevención de violencia sexual.

Definición: Aplicación que permite reportar situaciones de riesgo y acoso sexual en espacios y transporte público, reportar características del entorno (señalización, iluminación, banquetas, accesos, etc), contiene un directorio de lugares de atención mediante un mapa y permite activar una llamada a seguridad.

Usuario: Mujeres

Principales funciones referenciales:

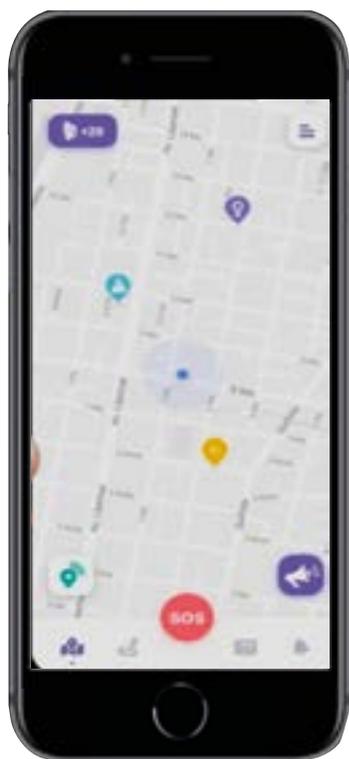
Seguridad urbana: Se evalúa la seguridad con un medidor de bienestar que debe poner la usuaria en el mapa.

Llamada emergencia: Existe la llamada silenciosa que envía una señal a seguridad y también se puede llamar a una operadora. En ambas opciones se ubica a la víctima de forma automática y mediante la georeferenciación, se prestará auxilio a través de la asistencia de una patrulla que arribará al lugar en 4 o 6 minutos.

Reportar casos de acoso y riesgo: Reportes del entorno que son compartidos para demostrar en un mapa las zonas de menor seguridad.

Red de conocimiento: Existe una sección donde se puede conocer los derechos de las mujeres y el sistema de atención a víctimas de violencia de género.

Antecedentes y referentes



Voy Contigo

Definición: Voy Contigo es una aplicación móvil preventiva y de soporte para mujeres, tanto en sus desplazamientos diarios como en sus hogares, cuyo objetivo es promover la sororidad y empoderarlas contra la violencia de género.

Usuario: Mujeres

Principales funciones referenciales:

Alerta emergencia: Posibilidades de emitir una alerta si es que el usuario se siente en peligro a sus contactos de confianza y además a las mujeres cercanas a la ubicación.

Reportes: Posibilidad de dejar evidencia de hechos en el que la usuaria fue víctima o testigo para así prevenir a otras mujeres que transiten o vivan cerca del lugar. Hay que describir el riesgo o incidente, adjuntar fotografías, definir la fecha y hora de suceso con la posibilidad de hacerlo anónimamente.

Zona segura: La usuaria se puede mantener informada de lo que ocurre cerca

Compartir ubicación: posibilidad de seleccionar a los contactos de confianza para compartir la ubicación en tiempo real o la ruta



Strava

Categoría: Aplicación para deportistas

Definición: Medio social dedicado a deportistas. Es una aplicación que se puede conectar a un reloj inteligente que guarda los recorridos, las mediciones del sensor cardíaco y que permite posteriormente conectar con amigos y compartir logros.

Usuario: Deportistas profesionales y ocasionales.

Principales funciones referenciales:

GPS: Se rastrea al deportista en tiempo real.

Registro de entrenamiento: análisis detallado de los datos como pueden ser el camino tomado, la velocidad media y máxima, una gráfica de la velocidad y el perfil vertical de la pista, la velocidad media de cada kilómetro, número de sesiones de entrenamiento, kilómetros completados durante un periodo, etc. Los datos pueden ser comparados con los de otros miembros de la red.

Retos: Existe una sección donde Strava desafía a hacer retos según el deporte escogido para así incentivar y crear desafíos. “Los retos son clave para motivar a los deportistas: los atletas que se unen a un desafío son 2,5 veces más activos que los que no lo hacen” (Martí, 2021)

Rutas: Se puede crear una ruta propia, o motivarte a partir de la actividad de un amigo y enviar su ruta a tu teléfono o dispositivo GPS.

Antecedentes y referentes



Tinder

Categoría: Aplicación de citas

Definición: Aplicación que conecta a personas cercanas con quienes existe gusto en común o entre quienes se han seleccionado mutuamente para así conseguir una cita.

Usuario: Personas mayores a 18 años que quieran tener citas.

Principales funciones referenciales:

Match: las dos personas se deslizan hacia la derecha porque se gusta

Ubicación actual :Para evitar engaños, Tinder no te permite cambiar de ubicación a una en la cual no te encuentras.

Chat: chat entre las personas que hacen match.

Perfil con preferencias: Perfil público en el que se ve los intereses de la persona.



Waze

Categoría: Servicio navegación GPS

Definición: Waze es una aplicación de tráfico y navegación basada en la comunidad que se creó como una herramienta de navegación social para autos particulares. Indica la ruta hacia el destino, los posibles eventos en ella y el tiempo requerido.

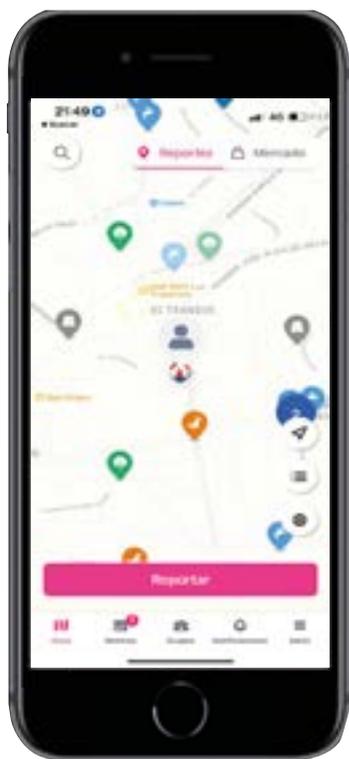
Principales funciones referenciales:

Reporte de eventos: los usuarios al percatar un evento como alertas de tráfico, bloqueos, e incluso de estaciones de gas más cercanas y económicas se comparten en el mapa y se actualizan en tiempo real. Esto con el fin de que el usuario se redireccione por otra ruta para evitar los eventos indeseados.

Mapa wazers: mapa en el que se puede visualizar en tiempo real la comunidad que está utilizando waze. Esto para saber exactamente en qué punto se encuentran y qué tan lejos están de su destino los otros usuarios.

Programa un viaje: Para muchos la aplicación funciona sólo al momento de subirse al auto, sin embargo existe una función para "viajes planeados", que permite ver cuál es la hora más recomendada para partir del lugar en el que se encuentra el usuario.

Antecedentes y referentes



Sosafe

Categoría: Aplicación de seguridad ciudadana

Definición: Plataforma o red social ciudadana que permite reportar diversos sucesos situados en el espacio urbano, otorgando una geolocalización del reporte, y conectando a vecinos, municipalidades, instituciones (PDI, carabineros, bomberos) y algunos servicios (Aguas Andinas, Enel).

Usuario: Comunidad vecinos

Principales funciones referenciales:

Botón reportar: Opciones determinadas para reportar robos, actividad sospechosa y avisos importantes y así conectar directamente con el especialista a cargo que está conectado directamente con la aplicación.

Tiempo limitado de emergencia: La aplicación de 30 segundos para cancelar si apretaste el botón de emergencia, de lo contrario se contacta directamente con la seguridad ciudadana y estos llamarán al usuario y también enviarán seguridad al lugar para verificar la seguridad.

Colaboración con la comunidad: Una vez detectado el evento, existe un chat de la comunidad para verificar la seguridad y ayudar a la posible solución.

Creación de grupos: Unión de personas de la comunidad para estar informado de lo que reportan y para cuidarse mutuamente.

Entrevista Gerente Sosafe

Se realizó una entrevista al gerente de la aplicación Sosafe para así recibir información proveniente de los aprendizajes y estudios de los comportamientos más comunes de los usuarios de una aplicación que se especializa en la seguridad de la comunidad frente a factores que agravan el bienestar.

En cuanto a las llamadas de emergencia, los usuarios no quieren llamar a números de emergencia directamente desde su teléfono privado debido a que no saben con certeza cuál es el número correspondiente según la zona; es decir no quieren errar al llamar ante una emergencia y tampoco quieren guardar múltiples números.

En el ámbito de seguridad mediante la prueba y error de la aplicación se comprendió que la confianza hacia las autoridades no es muy alta por lo que la participación de la comunidad es fundamental. Se concluyó que las personas del vecindario podrían ser incluso más eficaces ante una emergencia debido a que representan una respuesta inmediata y a tiempo real. También la participación de la comunidad ante falsos casos o perfiles es importante ya que son ellos quienes detectan más rápidamente estos sucesos que podrían tener una grave consecuencia, siendo los actos por ejemplo de "reportar" imprescindibles. Es entonces la participación de la comunidad una red de apoyo segura y fundamental.

Por último se aprendió que la focalización de un nicho específico no es recomendable debido a que la ocasión de uso es baja y por

lo tanto la aplicación es más propensa a desinstalarse y también que la adopción y el uso de aplicaciones en general es cada vez más habitual y preferido por las personas.

Estos datos fueron de gran utilidad para el futuro diseño de las funciones y funcionalidades de la aplicación.

“Las personas han entendido que se puede ser más comunitario y que pueden encargarse de resguardar la seguridad cuando las autoridades no funcionan tan bien, incluso es más rápido”.

(Gerente Sosafe)

Decisión funciones clave

En esta etapa se hizo un Brain Storming para recopilar todas las ideas de funciones que la aplicación podría tener para así poder cumplir con los 4 pilares fundamentales.

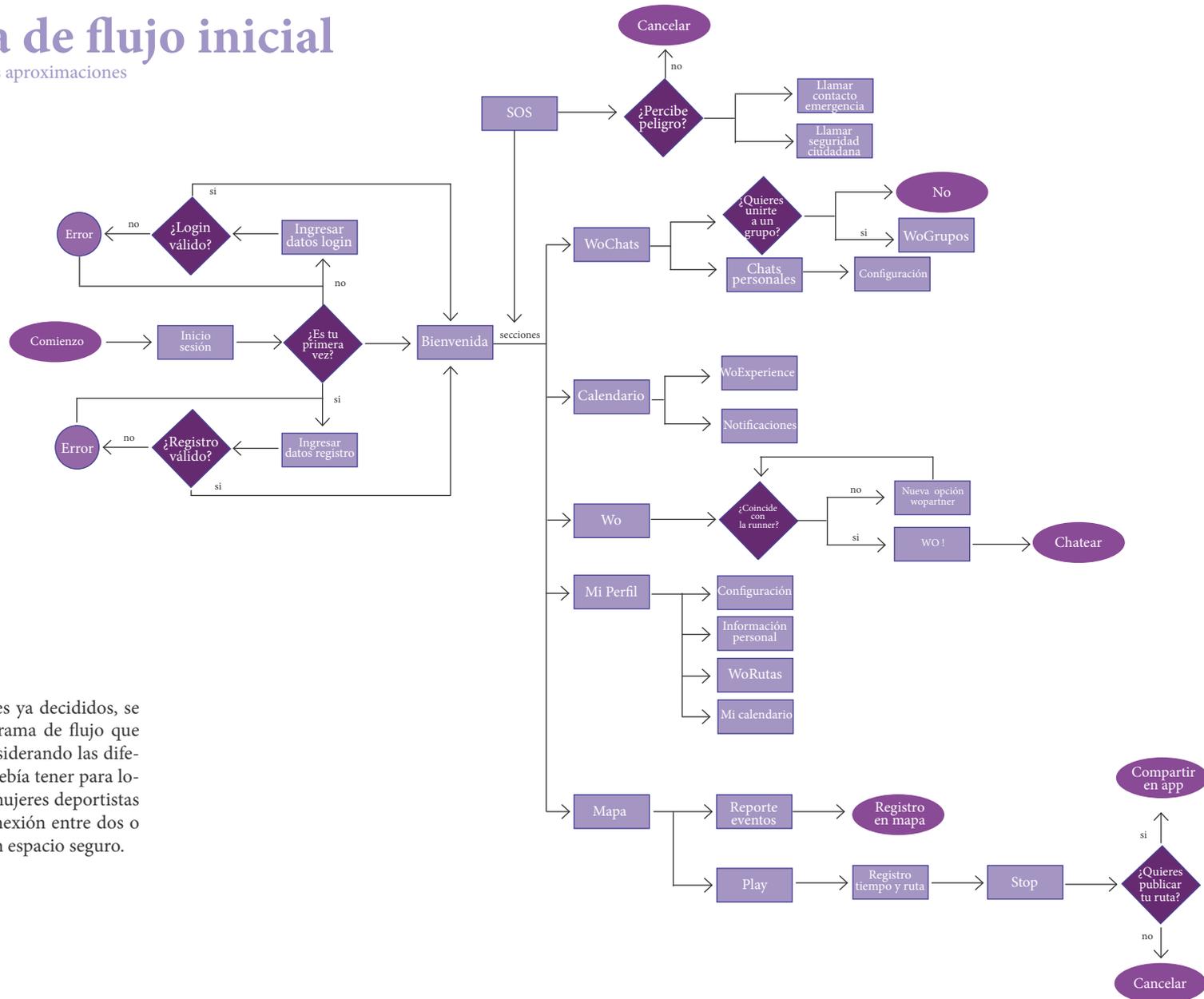
Se escogieron las funciones más relevantes para el proyecto y se ordenaron según orden de importancia para así darles el enfoque necesario

Cabe destacar que muchas de estas funciones a lo largo de todo el proceso de diseño fueron añadidas para así mejorar el sistema, y también otras, que no se encuentran presentes, fueron eliminadas.



Diagrama de flujo inicial

Diagrama inicial, primeras aproximaciones

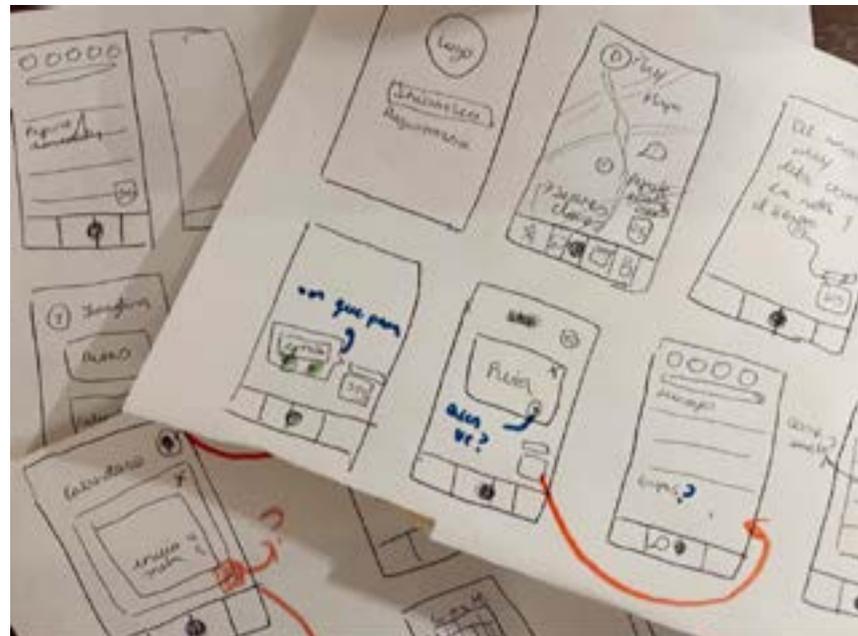
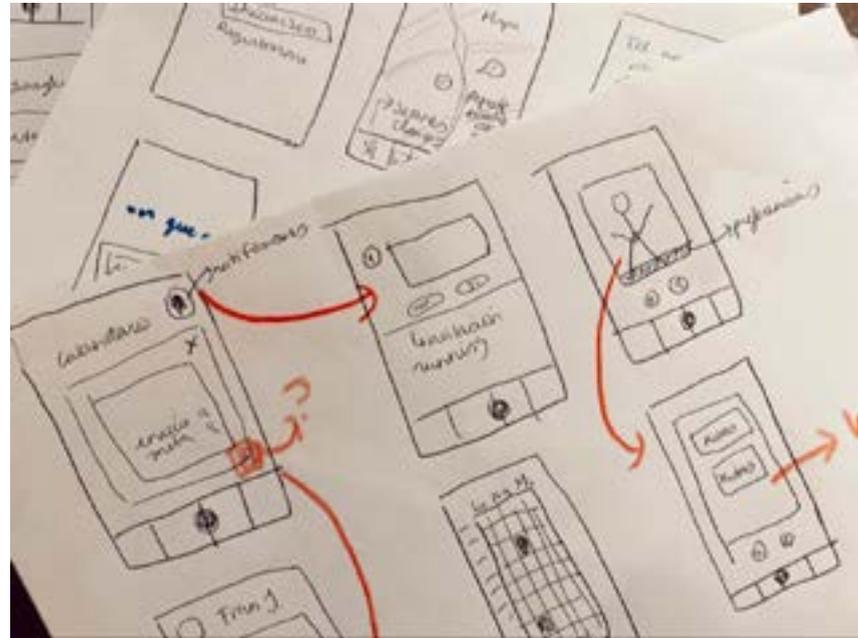


Con los aspectos generales ya decididos, se debió determinar el diagrama de flujo que tendría la aplicación, considerando las diferentes acciones que esta debía tener para lograr una comunidad de mujeres deportistas y unidas y también la conexión entre dos o más mujeres runner en un espacio seguro.

Diseño interfaz

Esta etapa fue la primera aproximación de estructura de la aplicación. El objetivo era concretar la manera de representación de cada acción e interacción para así poder llegar al objetivo final de crear una comunidad runner de mujeres seguras y conectadas.

El diseño de interfaz fue desarrollado aproximando lo mayor posible al producto final para que así los tests fueran más certeros posibles. De las decisiones de diseño más importantes fue realizar una gráfica lo más minimalista posible y con elementos comunes en aplicaciones que facilitarían así la usabilidad, siendo lo más intuitiva posible. En las siguientes páginas se muestra los bocetos y reiteraciones más significativas para la construcción de la aplicación, sin embargo cabe destacar que posteriormente los elementos irán mutando por las futuras mejoras que serán pertinentes realizar a raíz de los resultados de la investigaciones de usabilidad y comportamiento que tendrá la plataforma.



Fuente: elaboración propia

Identidad gráfica

Isotipo •

El isotipo fue seleccionado por la primera parte del nombre “WO” ya que esta será de gran relevancia dentro de la aplicación. Sugiere de manera visual la fusión de la O con la W, y al mismo tiempo esta última sugiere una abstracción de un atributo del cuerpo femenino como lo son las mamas.



Naming •

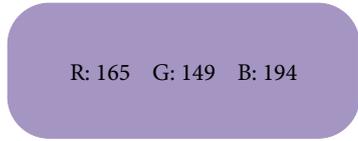
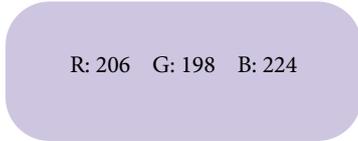
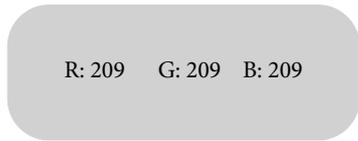
El naming seleccionado fue “WORUN”, el que nace del juego de palabras “we run”, refiriéndose a la comunidad que corre. La decisión del nombre también fue para evidenciar que es una aplicación para corredoras. También al ser un nombre corto es fácil de recordar.

worun

Comunidad de mujeres runners conectadas y seguras

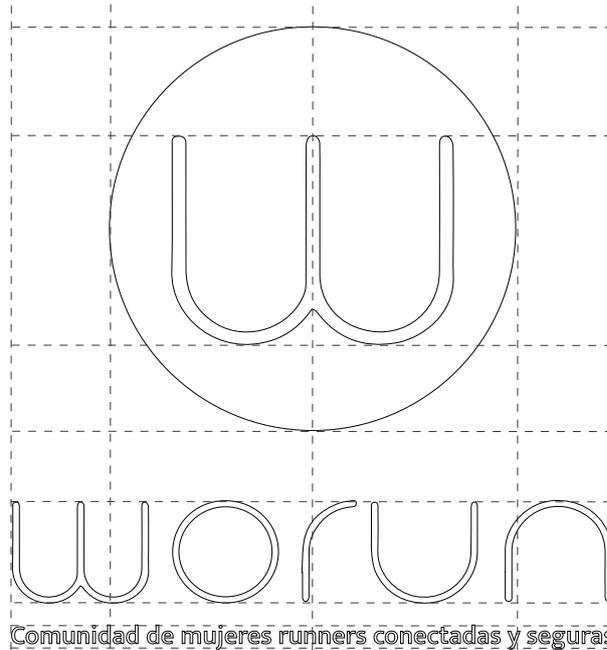
• Logotipo

Una vez decidido el nombre se comenzó con el desarrollo del logotipo. Este representa los 4 pilares fundamentales; comunidad, deporte, seguridad y conexión. También al decir que es una “comunidad de mujeres” segmenta inmediatamente al público objetivo.



Color

El color fue un recurso vital dentro del proyecto. La presencia de morado fue debido a que es un color que simboliza la lucha feminista, representa el cambio. Para complementar se escogieron tonalidades neutras como los grises claro, oscuro y blancos. Esto con el fin de resaltar el color morado y también para que el color no sea un distractor.



Tipografía

La tipografía utilizada para el naming fue escogida por su simplicidad y delicadeza.

La tipografía utilizada para el logotipo es Mukta Mahee Medium ya que es clara y legible, lo que resulta fácil de reconocer en el móvil. Esta tipografía fue también utilizada en toda la aplicación.



Proceso previo

En un principio se utilizó el naming “stepbyrun” ya que este quería representar que la aplicación te acompaña en cada paso de running que hagas. Sin embargo, este no lograba representar bien la identidad de marca por lo que se probó con “safe place”. Safe place tampoco cumplía con transmitir la identidad por lo que se optó finalmente por WORUN que es un nombre fácil de asimilar su función y que cumple con los valores e identidad de marca.

Testeo 1 : Identidad gráfica

Objetivo: Diseño intuitivo, atractivo y eficiente

A continuación se explica el proceso que se realizó para llegar a la propuesta final de diseño de la aplicación.

Se presentó la aplicación ya estructurada a través de Figma. Luego, con entrevistas vía Zoom se realizó una validación en cuanto al diseño con 4 mujeres runner.

Tipo de estudio	Técnica	Instrumento de trabajo	Muestra	Criterio de selección	Tiempo
Cualitativo	Prototipo + Entrevistas Semi estructuradas	Pauta Temática	4 posibles usuarios de la aplicación	Personas que podrían interesarse en usar la aplicación	12-15 octubre 2021 30 minutos a 1 hora por entrevistado

Diseño inicial

Diseño inicial, primeras aproximaciones

Nombre:

Apellido:

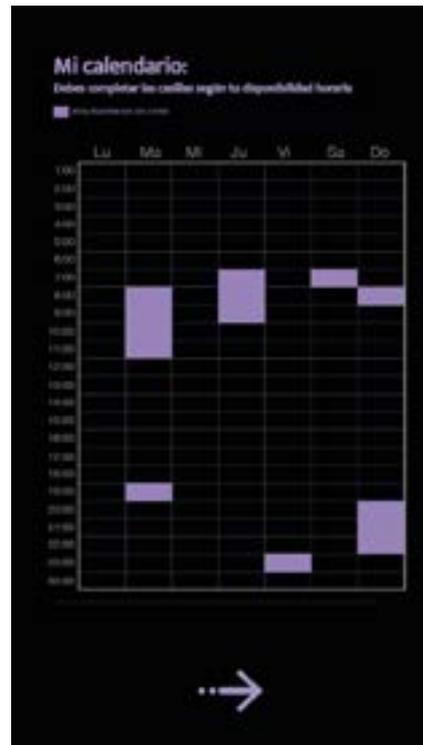
Contacto de emergencia:
+569

Gusto por correr:
 No Sí

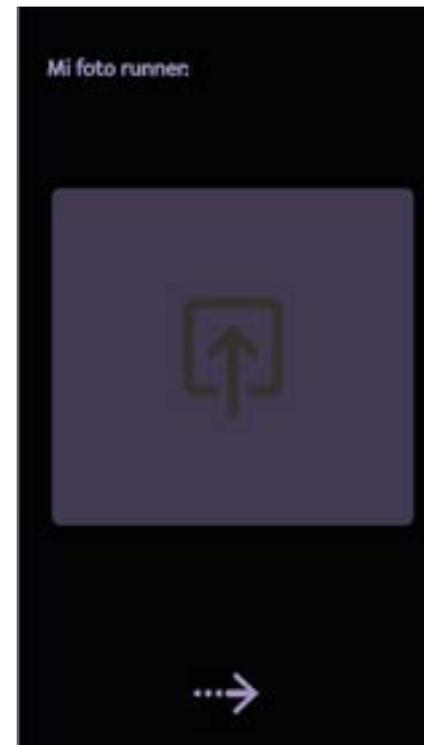
Promedio distancia recorrida/tiempo:
 KM - : :

→

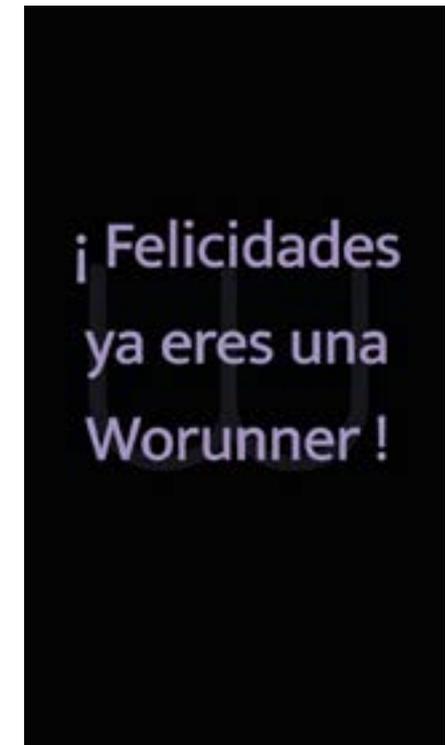
Registro:
Registro inicial para así rescatar información personal de las usuarias y posteriormente poder coincidir con otra runner. Las usuarias no les gustó la sección de promedio de distancia recorrida/tiempo porque era algo que no lo tenían todas muy claro o que iban variando durante la semana.



Registro:
En el proceso de registro inicial se incorpora el calendario para así poder ver la disponibilidad de la usuaria para salir a correr durante la semana. Esta sección les pareció innecesaria en la sección registro ya que, según ellas, no es una información primordial ni 100% necesario, y además ralentizaba el proceso de ingreso.



Registro:
Para que la usuaria se incorpore a la comunidad es necesario una fotografía personal



Registro:
Se incorporó una bienvenida para acoger a las nuevas integrantes y hacerles saber que son parte de una nueva comunidad

Diseño inicial

Diseño inicial, primeras aproximaciones



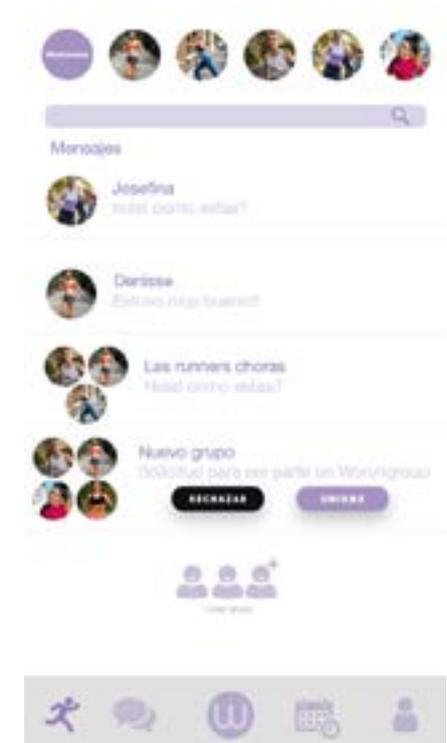
Sección Wo:
Fotografía runner cercana.



Sección Wo:
Al clickear a la runner se desglosa mayor información sobre ella, tales como las rutas realizadas y el calendario.
A las usuarias les pareció que hacía falta mayor información sobre su nivel de running para así ver si podrían ser compañeras adecuadas en las calles.



Sección Wo



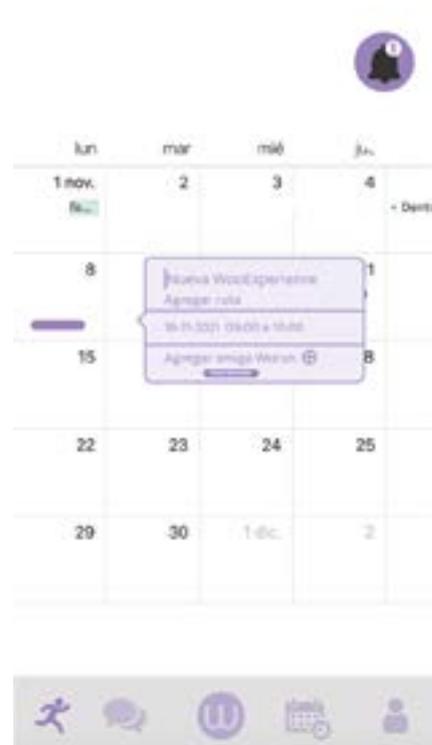
Sección Wochats:
Posibilidad de chatear con personas con las que se hizo Wo y también posibilidad de ser parte de un grupo, para así poder coincidir en una salida a correr juntas.

Diseño inicial

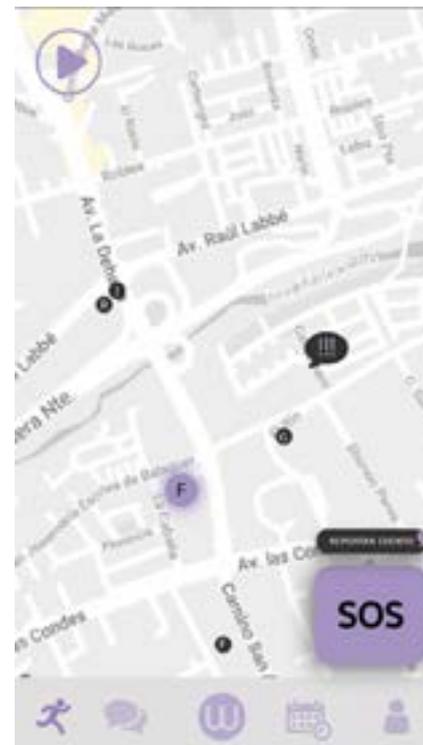
Diseño inicial, primeras aproximaciones



Perfil:
Información correspondiente al promedio de running de usuaría, las rutas realizadas, el calendario de disponibilidad. Las usuarias creían que el promedio de running no se lo graba entender bien.



Calendario:
Calendario configurado con Google. Posibilidad de agregar nuevas WoExperience y enviarsela a una WoAmiga para realizarla en conjunto.



WoMapa:
Geolocalización en tiempo real para así saber donde está la usuaria en caso de emergencia. Para crear mayor sensación de seguridad y comunidad se incorporó también en el mapa la ubicación de las otras runners para así saber que no están solas.



WoMapa:
Incorporación de botón de botón SOS el que está vinculado a seguridad ciudadana o al contacto de emergencia preestablecido. Las usuarias recalcaron que el botón SOS es imprescindible que esté en todas las secciones, "uno nunca sabe cuándo lo puede necesitar" (Gabriela).

Diseño inicial

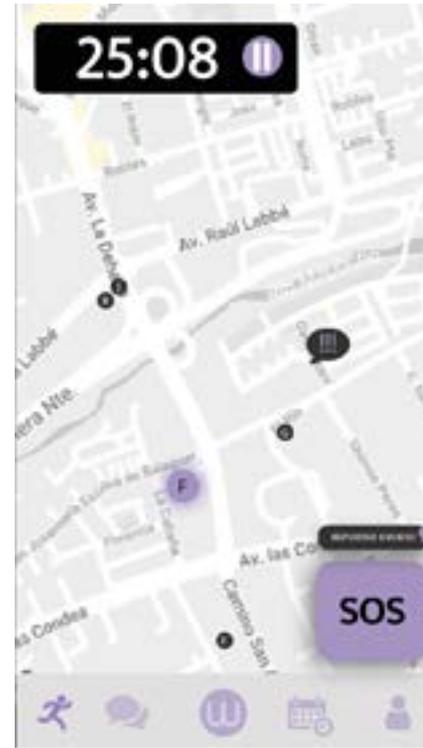
Diseño inicial, primeras aproximaciones



WoMapa:
Posibilidad de reportar evento en caso de presenciar uno y querer dejar registrado en el mapa que es una zona de peligro para la comunidad.
Para las usuarias resultaba muy lento el proceso de reporte.



WoMapa:
En el mapa aparece los reportes de eventos y se puede generar una instancia de apoyo mediante la mensajería.
Las usuarias determinaron que el proceso de revisar el reporte de evento era poco intuitivo, se requería algo más eficiente para detectar el problema en el mapa.



WoMapa:
Registro de tiempo y ruta.



WoMapa:
Posibilidad de compartir la ruta en el perfil para que otras runner puedan verla.

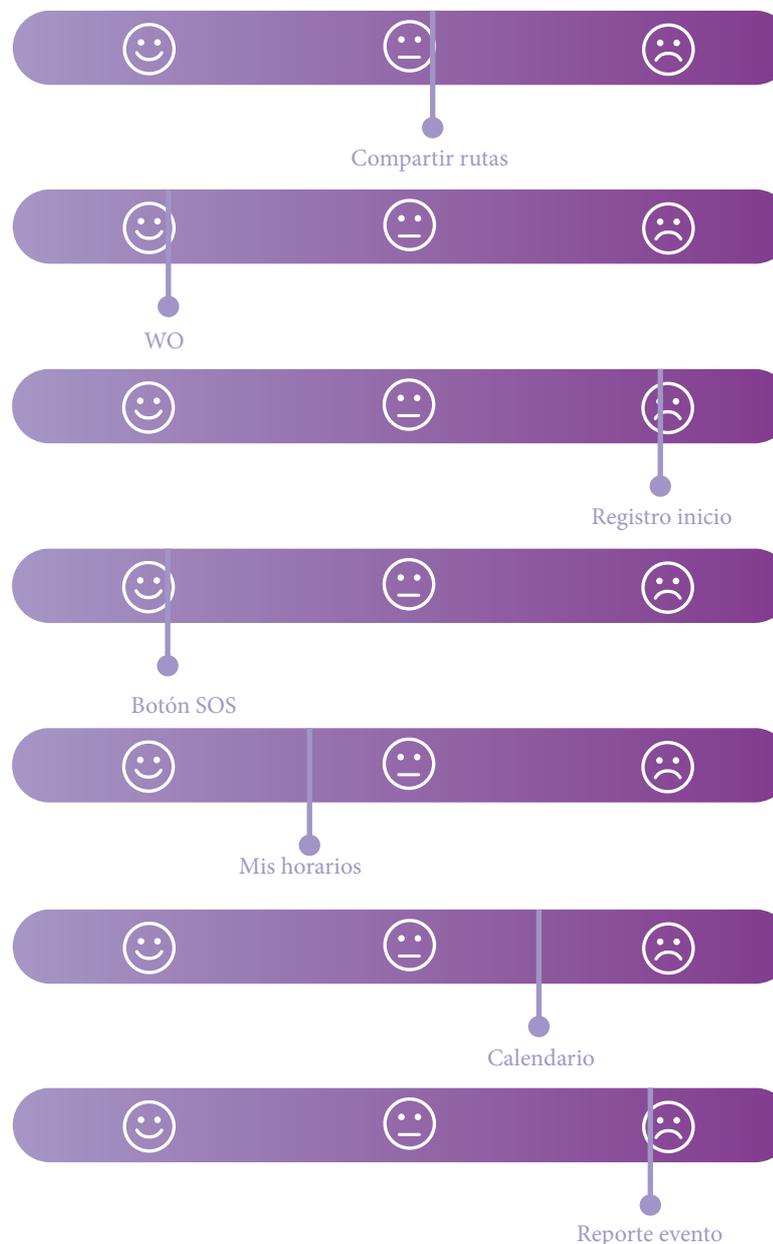
Resumen primera etapa testeo 1

Observaciones y Conclusiones:

Existieron versiones previas de diseño las cuales fueron rediseñadas por motivos propios pero esta primera aproximación de la gráfica y su testeo ayudó a reflejar lo que buscaba la mujer runner con la gráfica.

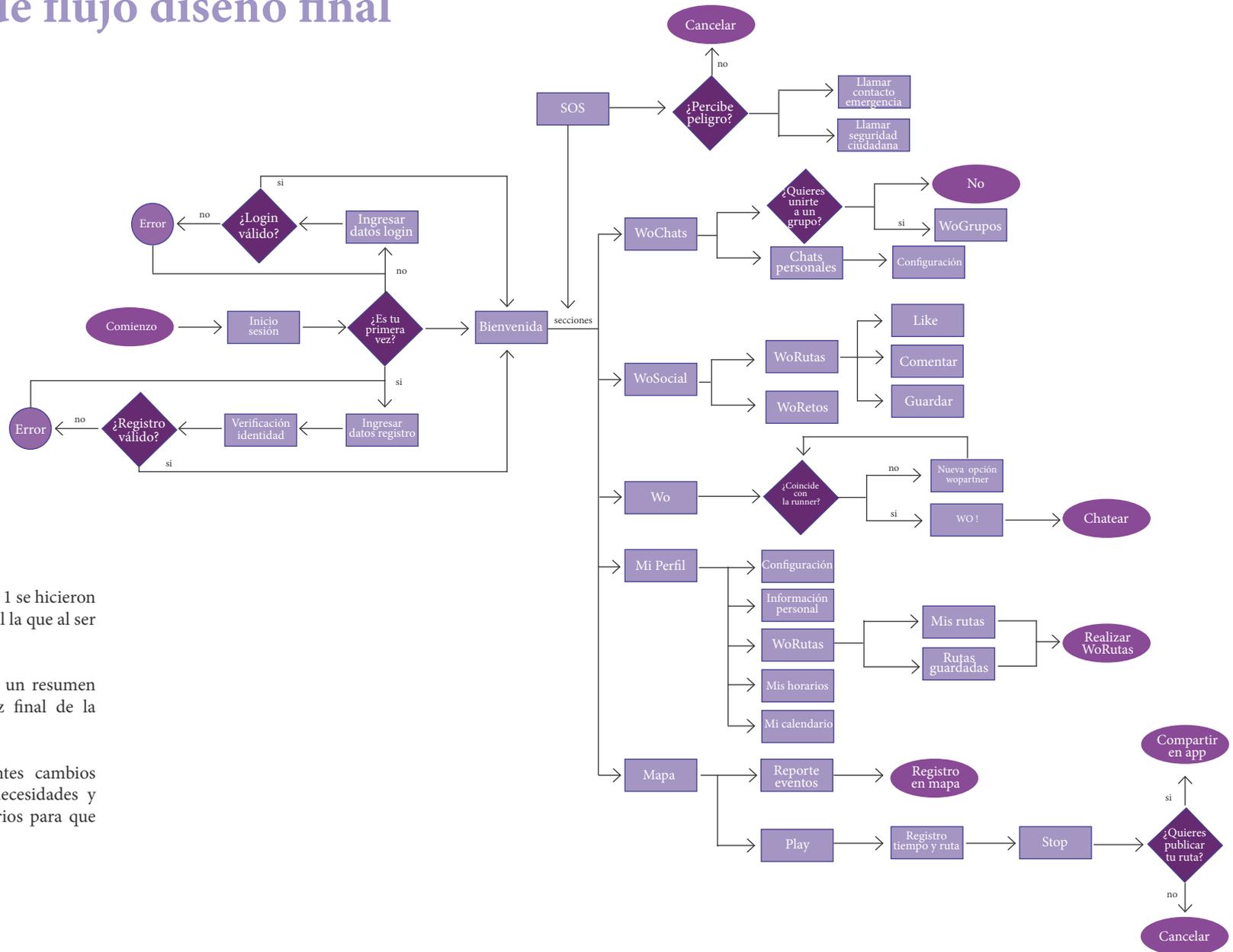
Les gustó el concepto general de gráfica pero en algunas partes les resultaba un poco “tosca” como lo era al momento de registrarse. También les pareció que faltaba que el diseño fuera más rápido de interactuar, que las interacciones no fueran en su mayoría escritas. De lo mencionado en las entrevistas en el ámbito de seguridad se rescató que el botón SOS era necesario en todas las gráficas y el reporte de eventos necesitaba mayor desarrollo ya que como dijo una de las entrevistadas “muchas veces las mujeres no sabemos qué podemos reportar”. En este ámbito, de las 4 entrevistadas, todas declararon tener inseguridad al momento de juntarse con una desconocida ya que no había un monitoreo de seguridad previniendo falsas identidades, sólo la denuncia en su perfil.

Gráfico 13: Nivel aprobación en cuanto al diseño



Fuente: elaboración propia

Diagrama de flujo diseño final



Tras la primera etapa del testeo 1 se hicieron iteraciones hasta llegar a la final la que al ser testeada tuvo buen desplante.

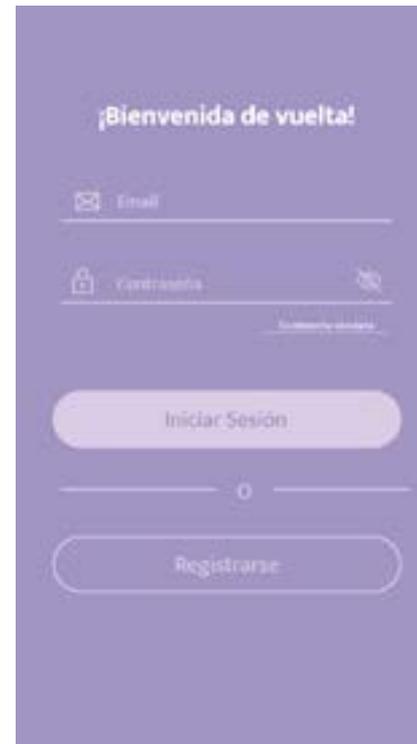
El presente diagrama muestra un resumen del funcionamiento e interfaz final de la aplicación.

La aplicación tendrá constantes cambios y actualizaciones según las necesidades y comportamientos de los usuarios para que así esta no quede obsoleta .

Diseño final



Inicio de la aplicación y registro. En caso de ya tener una cuenta, se puede iniciar sesión con el nombre de usuario y contraseña. .



Inicio de la aplicación. Se da la bienvenida a la usuaria que ya posee una cuenta en WORUN y quiere volver a disfrutar de la experiencia. Debe poner su email y contraseña.



Configuración inicial del perfil del usuario. En primer lugar debe completar su nombre, su mail y crear una contraseña. También debe rellenar los km promedio recorridos a la semana y en cuanto tiempo. Por ultimo debe identificarse al nivel correspondiente de running:

Bambi: ¡ Estoy recién comenzando!

Pony: ¡Ya llevo un poco trotando!

Caballo: Troto regularmente

Leona: ¡Soy una master!

Diseño final



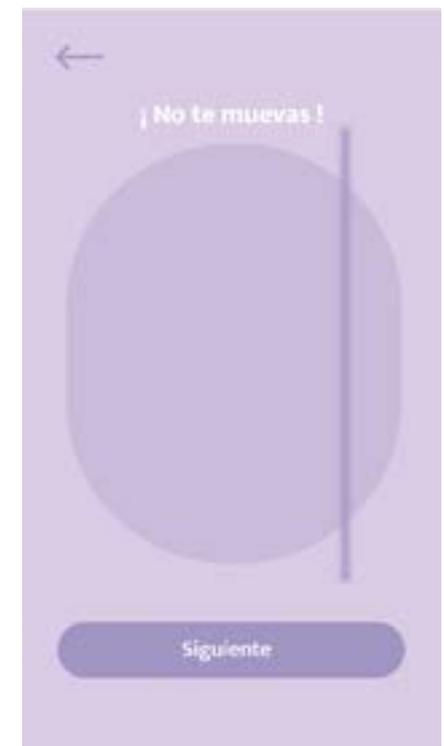
Indicaciones clave para la verificar la identidad y así evitar perfiles falsos.



Verificación de identidad. Se escanea con la cédula de identidad los rasgos y se verifica que la persona corresponda al sexo femenino.



Indicaciones clave verificación identidad para evitar falsificaciones de identidad.

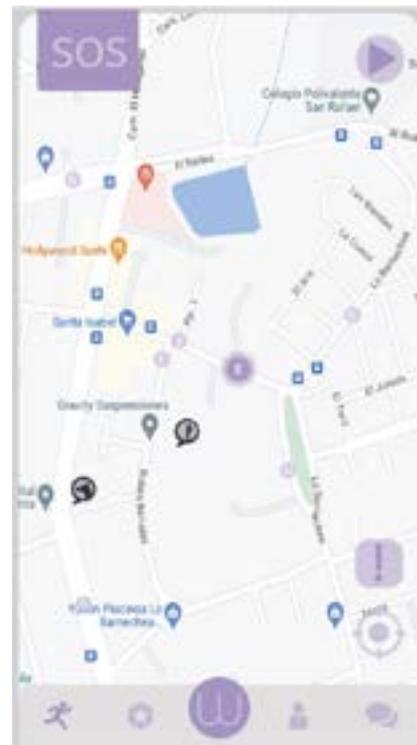


Reconocimiento facial. Se compara los rasgos del rostro con los de la cédula de identidad.

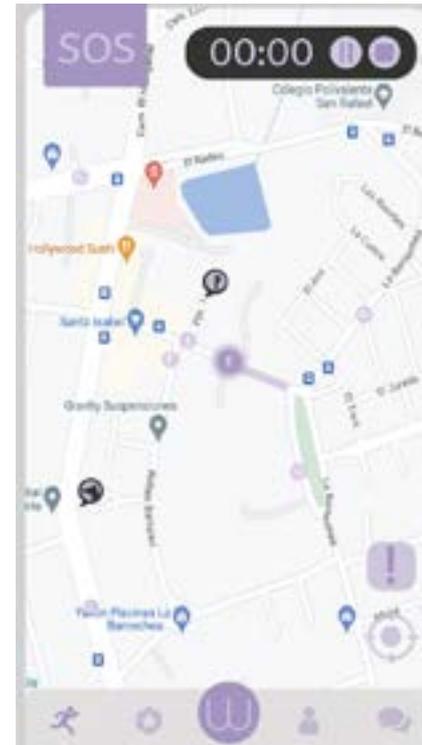
Diseño final



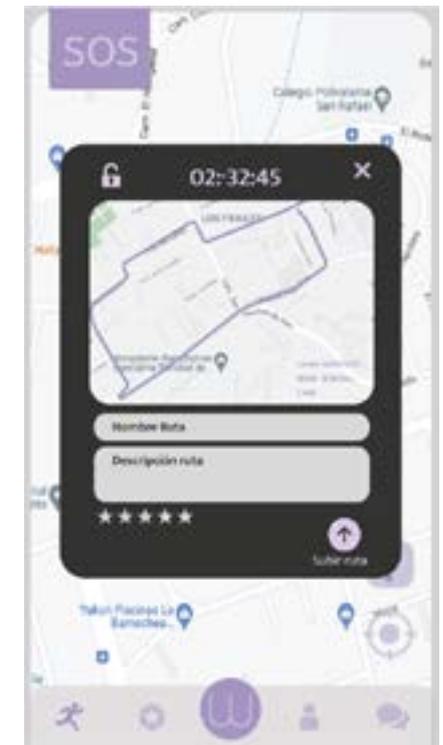
Foto Worunner. Para humanizar el sistema y generar confianza las usuarias deben subir una foto de sí mismas para que otras la vean.



WoMapa. Al entrar a la aplicación se dirige a esta sección. Aquí se puede ver la localización de la usuaria y las otras runners para así crear comunidad y saber quien se encuentra cerca de tu ubicación y en que zonas están corriendo.



Al querer iniciar una nueva carrera se aprieta el botón Play y se empieza a registrar la ruta y el tiempo. Se puede pausar en caso de descanso.

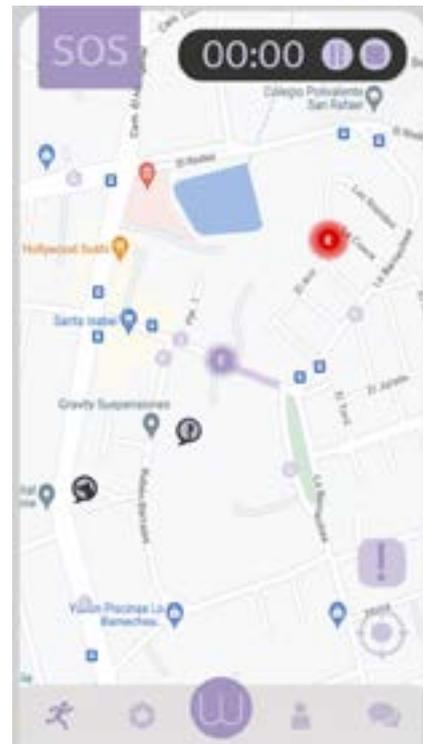


Al terminar de correr se detiene el conteo de tiempo y el registro de la ruta para así luego incorporarle un nombre como por ejemplo "ruta muy intensa" y también una descripción para así compartirlas a las otras runner la experiencia y también para que en un futuro la misma runner pueda recordar los beneficios y contras. Por último, se puede marcar con estrellas la experiencia percibida en ese trayecto para así luego subirla a la aplicación y que quede guardada para el público general o sólo para la misma usuaria.

Diseño final



En caso de emergencia se puede apretar en Botón SOS para así acudir a ayuda de seguridad ciudadana o del contacto de emergencia establecido en un principio.



Al apretar el botón SOS inmediatamente en el mapa aparece la runner en estado de emergencia para así notificarlo y que otras mujeres cercanas a ella puedan ir a ayudarla. Esto debido a que la comunidad es una respuesta en tiempo real y rápida.



El botón de reportar evento es utilizado en caso de no querer hacer llamada de emergencia y solo dejar registrado en el mapa un suceso para que otras runners eviten esa ruta y así malos momentos que perjudiquen su running.



En el perfil se encuentran los datos personales tales como el nombre, los años, las estrellas ganadas (se nombrará en las siguientes páginas sobre esto), las Worutas, los horarios en los cuales la runner tiene disponibilidad y el calendario que permite organizar las salidas a correr con las WoAmigas.

Diseño final



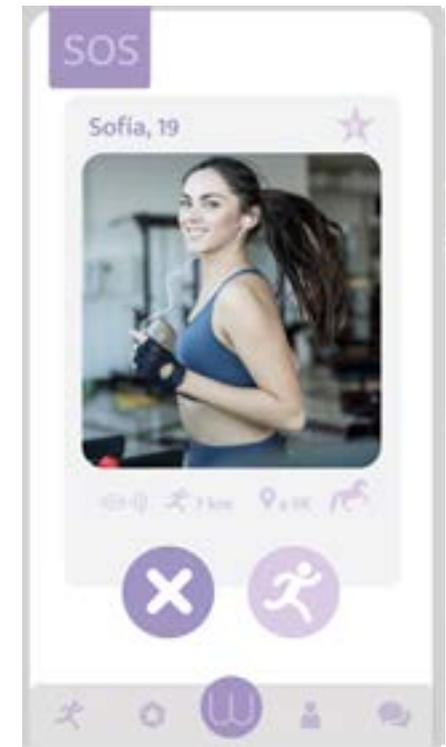
Calendario configurado con Google para así poder agendar una WoExperiencia con una WoAmiga, apretando el día, y así agregando la ruta y el horario para enviarlo como solicitud. Esta sección es personal, sólo la usuaria lo puede visualizar.



Horario que le aparece a las otras runners para así ver si existen horarios que coincidan ambas runners.



Al apretar en el perfil la sección de rutas aparecen las realizadas por la usuaria y las guardadas de otras runners. Existe la posibilidad de edición al apretar la ruta propia, si es que se quiere privada o pública o si se quiere eliminar.



Sección WO donde se conectan las runners cercanas con características similares. Aparece una fotografía, su nombre, si le gusta salir en silencio o conversando, los km que recorre aproximadamente, la cercanía y el nivel al cual se identifica. También aparece las estrellas ganadas lo que significa la cantidad de desafíos que ha asumido la runner y que los ha cumplido.

Diseño final



Al apretar la fotografía aparece más información acerca de la runner tales como las rutas que ha publicado y su calendario.



Se puede apretar la casilla de calendario para verificar si los horarios que tiene disponible la WoAmiga coinciden con los míos.

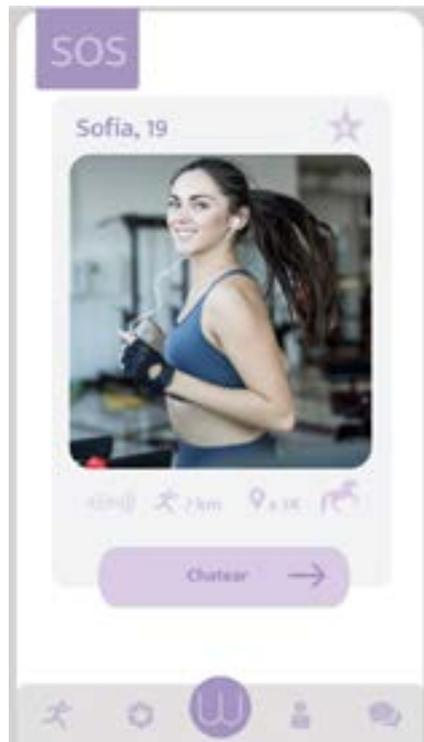


También se puede apretar la casilla de rutas para visualizar las realizadas por la runner y ver si las zonas por donde corre son cercanas a mi ubicación.



Si la usuaria cree que la runner coincide con sus características de running entonces se acepta y realizan un WO, convirtiéndose en WoAmigas. También si la runner no cumple con los requisitos esperados existe la opción de rechazar y seguir viendo otras runners que si podrían coincidir.

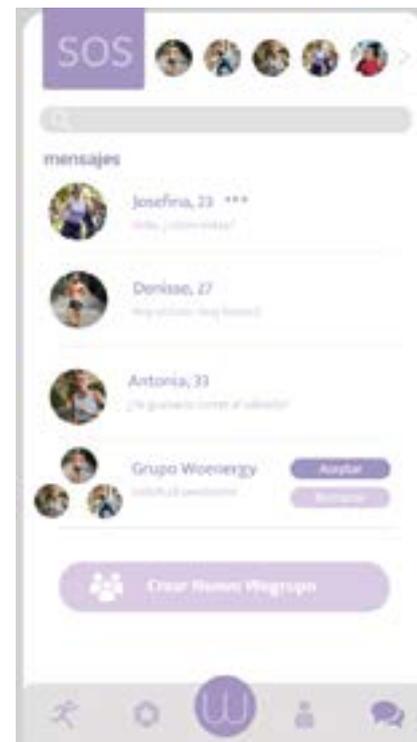
Diseño final



Una vez que se realizó WO se puede comenzar a chatear para así planear una salida a correr en conjunto.



En el chat existe la posibilidad de reportar a la usuaria en caso de no ser quién dice ser o por tener una mala conducta con la usuaria. También se puede anular el WO, en caso de que no coincidieran finalmente en sus preferencias de running.

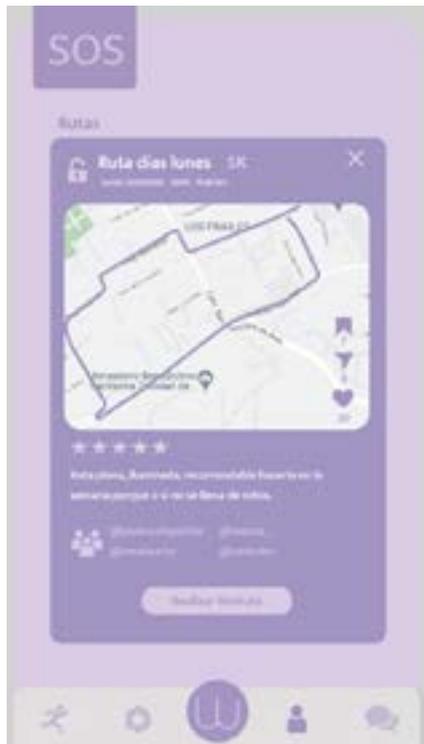


WoChats. En esta sección aparecen todas las WoAmigas. Existe la posibilidad de poder crear un nuevo grupo con las usuarias que haz hecho WO o también se puede aceptar una solicitud de una WoAmiga para unirse a un grupo.



Wosocial. Esta sección es el espacio de conexión entre las runners donde publican sus rutas en WoRutas, pudiendo guardarlas para hacerlas en un futuro, enviársela a otras WoAmigas o likear en caso de que te guste la ruta.

Diseño final



Al apretar la ruta de alguna runner aparecen todas las características de la ruta. También se puede realizar la misma ruta.



Al apretar "realizar ruta" se puede comenzar a hacer la misma ruta de la WoAmiga la que estará demarcada para que la usuaria sepa por donde ir.



Dentro de la sección Wosocial está WoRetos el que está directamente asociado con marcas amigas. Aquí aparecen desafíos para que la runner se integre y los cumpla usando la aplicación y así poder ganar estrellas de reconocimiento y también descuentos o premios de la empresa asociada.



Al apretar un reto aparece la información más detallada y quiénes la han realizado.

Testeo 2: WoExperiencia

Pilar abordado: Conexión y comunidad

Para testear la experiencia Worun se buscó a potenciales usuarios para así mejorar la aplicación.

Este testeo tiene implicado varias etapas, como lo es en primer lugar la formación de WO y para eso había que buscar cómo coincidir dos o más personas con las mismas características.

Luego, se creó un grupo con todas las runners que respondieron la encuesta para así facilitar la comunicación y generar una comunidad.

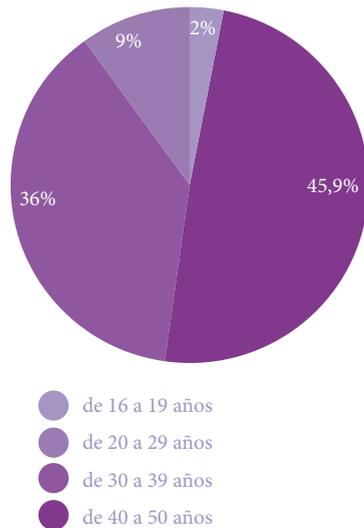
Tipo de estudio	Técnica	Instrumento de trabajo	Muestra	Criterio de selección	Tiempo
Cualitativo	Encuesta Grupo WhatsApp Zoom	Formulario de Google Excel WhatsApp	122 mujeres runners	Mujeres interesadas en el running que buscan acompañante	Depende de la usuaria

Creación WO



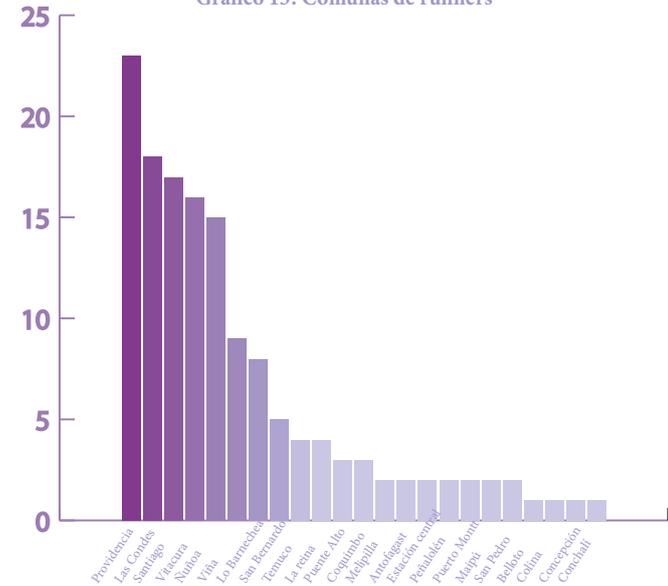
Fuente: Historia Instagram amigas que corren

Gráfico 14: Edad runners



Fuente: elaboración propia

Gráfico 15: Comunas de runners



Fuente: elaboración propia

1. Difusión

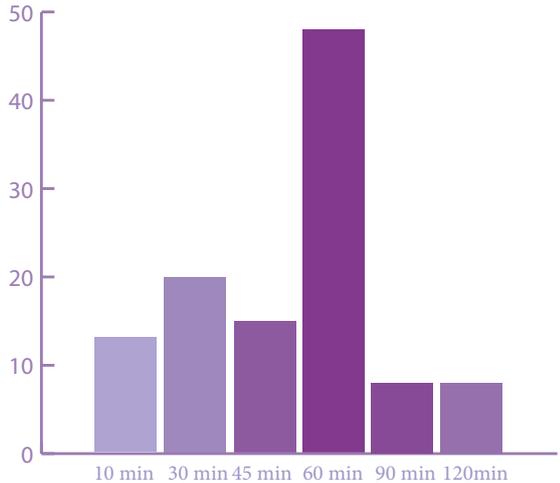
Primero se hizo una encuesta que preguntaba los datos de la runner. Luego se hizo una difusión del link para responder mediante una gráfica que fue enviada a perfiles de Instagram que estuvieran relacionados con la aplicación. De las que lo subieron fueron amigas que corren y tremendas. Ambas cuentas que representan comunidades de mujeres empoderadas.

2. Recolección de datos

122 mujeres respondieron obteniendo datos acerca de la edad, comuna, los km, el tiempo promedio que corre, el horario de disponibilidad y si le gusta correr en silencio. Se realizó un Excel juntando los datos de las encuestadas para así encontrar las mayores similitudes entre dos o más runners y así luego hacerles un WO.

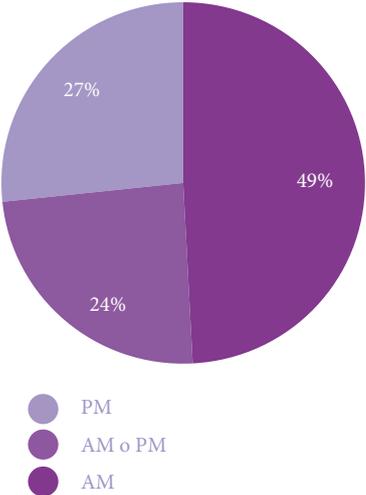
Estadísticas encuesta

Gráfico 16: Tiempo promedio running



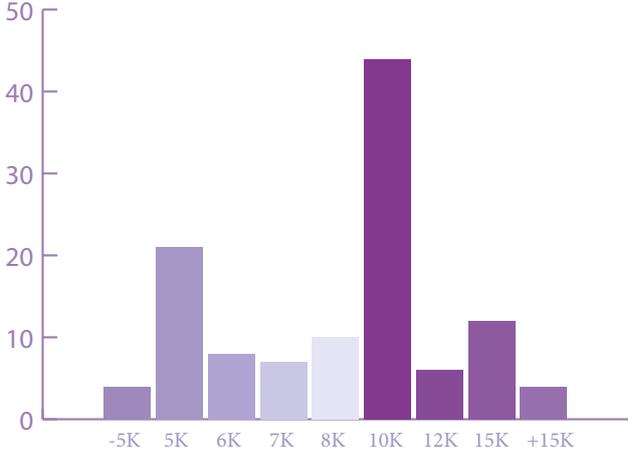
Fuente: elaboración propia

Gráfico 17: Horario disponibilidad



Fuente: elaboración propia

Gráfico 18: Distancia promedio running



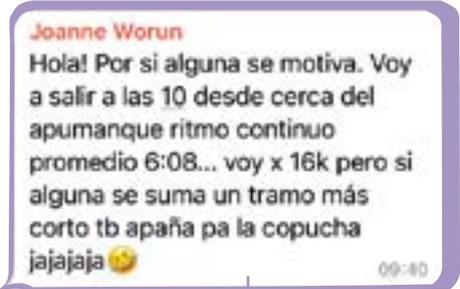
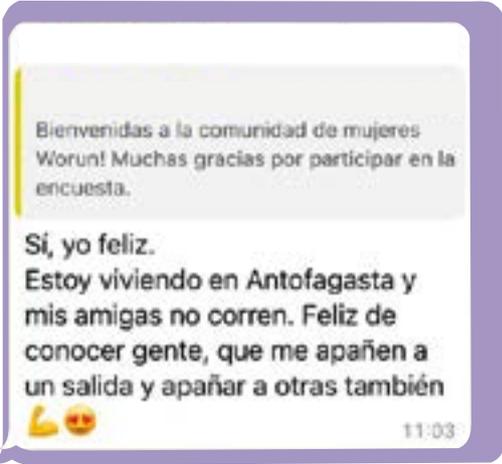
Fuente: elaboración propia

Creación Wo



122 personas

56 WO



3. Brindar contacto Wo

Gracias a todos los datos analizados en el paso anterior se juntaron a las runners con las mismas características, las que de 122, 56 hicieron Woo. Se les escribió a todas por WhatsApp para facilitarles el contacto y la información de sus Woamigas y así salir juntas a correr.

4. Creación grupo WhatsApp

Se realizó un grupo en WhatsApp para facilitar la comunicación general con todas las participantes y para así generar incentivo y recordatorios para que se junten con sus WoAmigas asignadas.

En el grupo hubo una respuesta positiva de las corredoras. Muestran mucho interés por el proyecto y por la idea de encontrar una WoAmiga. Esto fue muy interesante para la

validación de las necesidades que Worun atiende. Además, fue sorprendente la rapidez con la que comenzaron a interactuar como comunidad, utilizando el grupo como método de organización para salir juntas a correr, compartirse rutas y datos.

Importancia de las características de runner

Creación Wo



Motivación por tener una WoAmiga



Importancia categoría de runnig (principiante-bambi)



Importancia horarios



Interés por compartir rutas

Creación Wo



Fuente: Fotografía enviada por Elisa

5. Testimonios WoAmigas

Luego de hacer coincidir según las similitudes de las runners se logró juntar dos grupos y una pareja. Por Zoom contaron los testimonios de su WoExperiencia.

Uno de los participantes del primer grupo expresó: “Nos costó juntarnos, pero una vez que lo hicimos pudimos organizarnos. ¡bien para las próximas semanas!” y del otro grupo alguien dijo “Me encantó poder



Fuente: Fotografía enviada por Karina

conocer a una compañera de running, vivo sola en Santiago y entonces lo necesitaba mucho”. Por otro lado, la pareja dijo : “Nos llevamos muy bien pero no corremos al mismo ritmo, nos incomodó un poco al principio, pero con gusto buscaremos más compañeras” y, finalmente, alguien del último grupo dijo que “ Al principio era extraño juntarnos con gente desconocida, pero luego comenzamos a hablar de nuestras experien-



Fuente: Fotografía enviada por Consuelo

cias mientras corríamos y nos relajamos” y el otro dijo “Me sentí más relajado y más seguro estando con alguien. Sentí que disfruté la carrera”.

Conclusiones testeo 2

A partir de los comentarios realizados en todo el testeo de las usuarias se puede notar como es que el proyecto apunta a una necesidad real que existe dentro de la comunidad de corredoras femeninas. Por otro lado, cuando se trata de aquellas que no lograron reunirse, se les preguntó y la razón principal fue que vivían en el mismo condado, pero muy lejos entre ellos, lo que valida la función de indicar la distancia aproximada de lejanía de las WoAmigas con respecto a la usuaria.

Finalmente, 2 de los 3 Woos dijeron que seguirán corriendo juntos. En general, hubo un resultado satisfactorio sobre la eficacia de las funciones y las respuestas a las necesidades.



Fuente: Fotografía enviada al grupo de Worun por Renata

Testeo 3: Seguridad

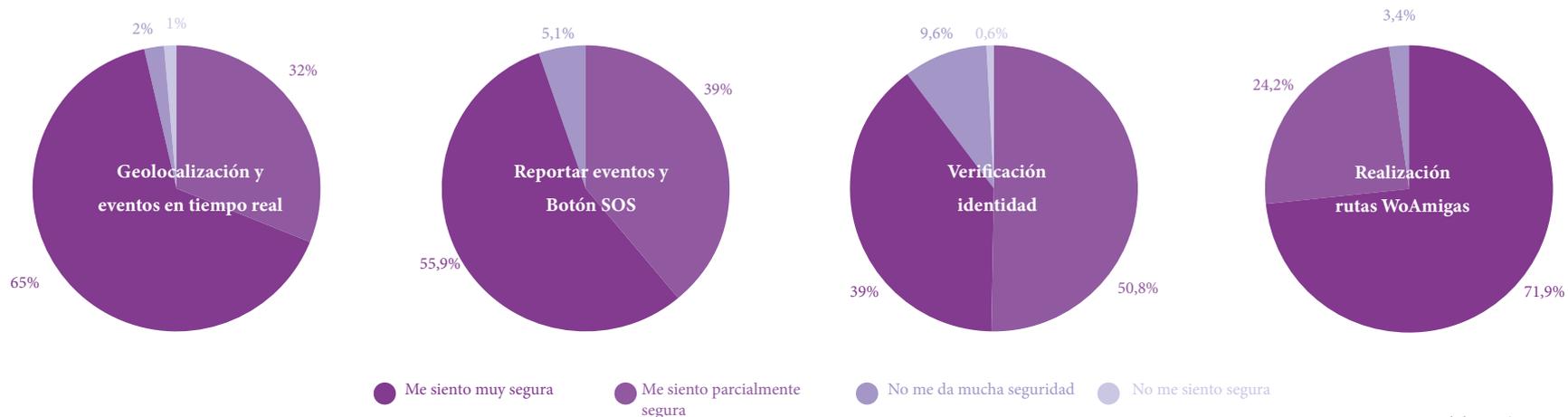
Pilar abordado: Seguridad

El segundo testeo fue la entrega de una encuesta con un vídeo informativo mostrando un prototipo de la aplicación creada sobre la plataforma Figma para explicar sus funcionalidades. En la segunda parte de la encuesta se preguntó a 181 acerca de la percepción de las funciones vinculandolas al nivel de seguridad generado en las usuarias.

Tipo de estudio	Técnica	Instrumento de trabajo	Muestra	Criterio de selección	Tiempo
Cualitativo	Encuesta	Formulario Google	181 mujeres runners	Personas que podrían interesarse en usar la aplicación	4 minutos

Testeo 3: Seguridad

Gráfico 19: Percepción seguridad



Fuente: elaboración propia

1. Difusión

Primero se creó un video exlicando las funcionalidades de la aplicación para luego en la encuesta preguntar acerca de la percepción de seguridad. Se realizó la difusión del link mediante la comunidad de apoyo en Instagram.

2. Recolección de datos

181 mujeres respondieron la encuesta obteniendo datos acerca de la percepción de seguridad que entregan las funciones de la aplicación.

3. Resultados

Se percató que las mujeres con la aplicación no van a sentirse nunca 100% seguras ya que el proyecto no busca cambiar el contexto social, pero sí que sientan mayor seguridad en este.

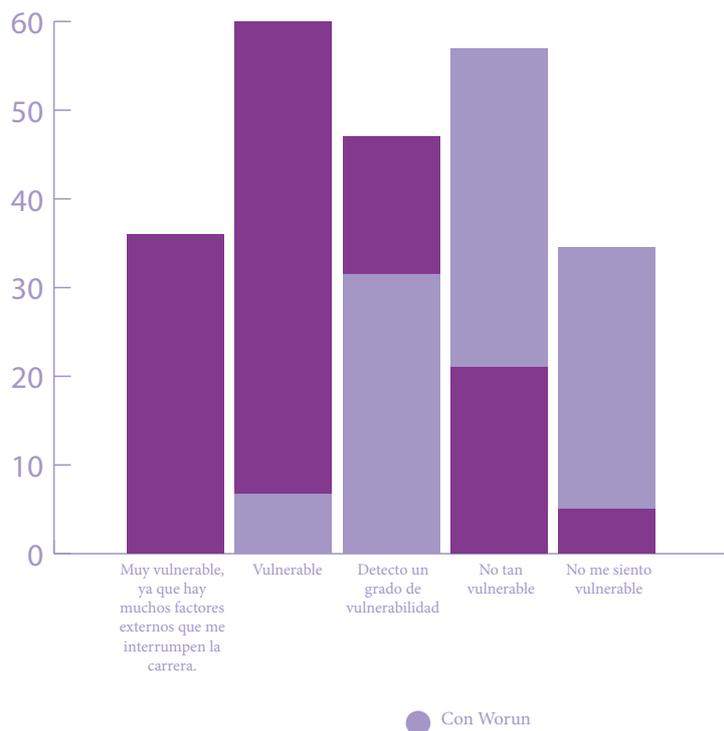
Con respecto a la información personal requerida de la usuaria como lo es la cédula de identidad genera inseguridad. Sin embargo se cree que esto es debido a que no es una aplicación aún “confiable” lo que sí se espera lograr mediante el marketing de esta.

4. Cambio vulnerabilidad

Al principio de la encuesta se preguntó acerca de la vulnerabilidad, sintiéndose el 60% de las mujeres vulnerables al salir a correr. Luego de explicar la aplicación se preguntó nuevamente acerca de la percepción de la vulnerabilidad pero con Worun y el porcentaje de vulnerabilidad bajó a un 5,2%, siendo predominante la sensación de “no me siento tan vulnerable” con un 43,9%.

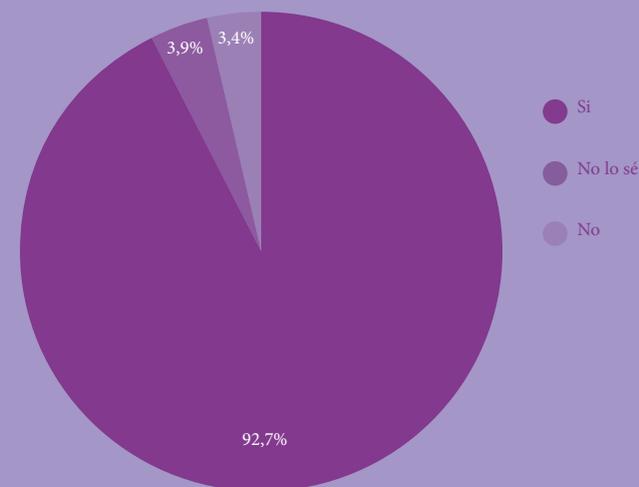
Testeo 3: Seguridad

Gráfico 20: Percepción seguridad con y sin Worun



Fuente: elaboración propia

Gráfico 21: Incentivo realizar retos de marcas



Fuente: elaboración propia

WoSocial

(pilar: deporte)

En este testeo se aprovechó de preguntar acerca del incentivo generado en las runners en la sección WoRetos. Este tuvo una gran aceptación ya que estos generaban desafíos personales por cumplir, algo que según lo mencionado por una de las usuarias era muy relevante en el deporte. También según lo analizado el tener que juntar estrellas crea un sentimiento de autosuperación.

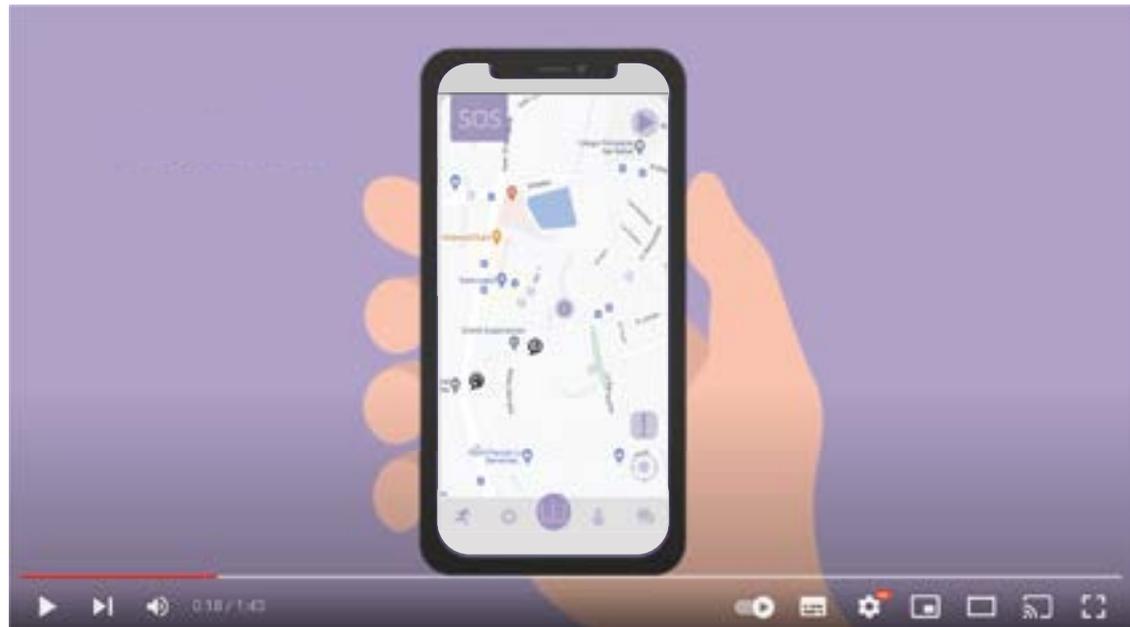
Otro incentivo para realizar deporte era el compromiso generado con la WoAmiga de salir a correr en conjunto.

Resumen testeo 3

Resumiendo todas las respuestas de las usuarias en el ámbito de seguridad se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Se verificó que las funciones que forman parte de la aplicación responden de manera efectiva a las necesidades reales de los usuarios.
2. Hay una mayor preferencia por reportar eventos que por usar el botón SOS.
3. Se comprobó que la sensación de seguridad aumenta en los corredores cuando saben de la presencia de otras personas en las inmediaciones.

Con estas pruebas, vimos que Worun efectivamente brindó una solución a nuestro problema, que estaba funcionando correctamente y que las mujeres estaban interesadas en él.



Fuente: Video personal Youtube utilizado para el testeo

Testeo 4: Factibilidad

Objetivo: Diseño intuitivo, atractivo y eficiente

Este testeo fue desarrollado en conjunto a los estudiantes de Ingeniería Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile, mediante el curso Capstone y el curso de Proyecto de Especialidad, realizado entre los meses de Marzo y Julio del año 2022. La finalidad era ver la factibilidad de la realización de la aplicación.

La actividad principal es el desarrollo de la aplicación que sostiene el proyecto Worun, la que está ya está diseñada gráfica y estratégicamente en un prototipo realizada en Figma. El objetivo principal del equipo de ingenieros es traspasar el diseño y la visión de Worun a una plataforma funcional.

Tipo de estudio	Técnica	Instrumento de trabajo	Muestra	Criterio de selección	Tiempo
Funcional	Navegación	Express JS Vue Js React Native Amazon Web Services WebSockets	Aplicación	Cantidad de funciones realizables	1 semestre

Testeo 4: Factibilidad

1. Inicio

Inicialmente se les entregó a los ingenieros, como material de trabajo, el diseño gráfico de la aplicación mediante un prototipo creado en FIGMA, un archivo con el perfil del proyecto y un Brief de diseño que explicaba todas las características esenciales para su desarrollo (cabe recalcar que el diseño de prototipo entregado fue realizado antes del diseño final, pero igual tiene todas las funciones más importantes de la aplicación final).

Dentro de los archivos entregados se explican con detalles las funciones que conlleva el diseño de la aplicación y también se entregó una tabla con el orden de prioridades.

Ciclo 1

El proyecto se dividió en 3 ciclos.

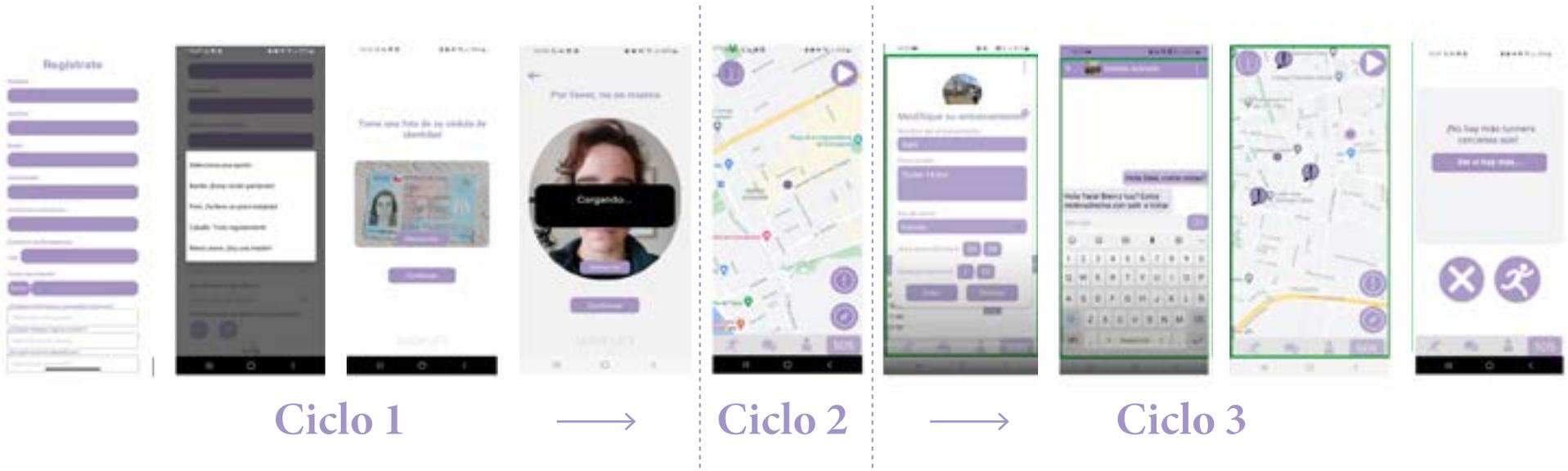
El primer ciclo constó del desarrollo de la función de registro de usuario. Para esto fue necesario una capacitación dentro del grupo de ingenieros para así poder empezar a realizar la aplicación. En primer lugar se desarrolló la verificación de identidad mediante el escaneo facial y la identificación del carnet de identidad. Este proceso fue dificultoso para los ingenieros, tuvieron muchas fallas en un principio pero se logró solucionar. Luego para el desarrollo de creación del perfil hubo constantes cambios debido a que surgieron ideas entabladas en las reuniones con los ingenieros.

Ciclo 2

El segundo ciclo se centró en el desarrollo de las funcionalidades individuales del usuario, las que no requieren necesidad de otros para llevarse a cabo. Se desarrolló el inicio de sesión una vez ya registrada la usuario, la implementación exitosa de la llamada de emergencia y la geolocalización lo que ayudó también a la implementación del registro de rutas y el posicionamiento de la usuaria en un lugar determinado. La aplicación requiere gran seguridad por lo que la ubicación fue decidida para compartir únicamente en el usar esta.

Ciclo 3

Por último el ciclo 3 consta de aquellas funcionalidades que requieren interacción con otros usuarios, es decir que necesitan a otros para poder funcionar. Estas funciones son la mensajería, el reporte de eventos, la programación de una salida a trotar y el poder hacer “Wo!” con otra persona. El ciclo tres para los ingenieros fue el más desafiante pero se logró con gran éxito.



Testeo 4: Factibilidad

Plataforma administradores

Durante el proceso de funcionalidad surge una nueva problemática que es la necesidad de gestionar o administrar a las usuarias, las interacciones, los eventos que pueden ocurrir y los posibles errores que podría tener la aplicación, sin tener que tener conocimiento técnico. Por esto fue necesario la realización de una plataforma web para gestionar a los usuarios y sus eventos y para así obtener información de las estadísticas relevantes acerca de los sucesos ocurridos en la aplicación. La realización de esta plataforma resultó fundamental, especialmente para la seguridad de las WoRunners, creando una mejor experiencia de usuario. Las tendencias analizadas en la plataforma permitirá crear futuras mejoras de la aplicación.

Sitio: www.worunadmin.com



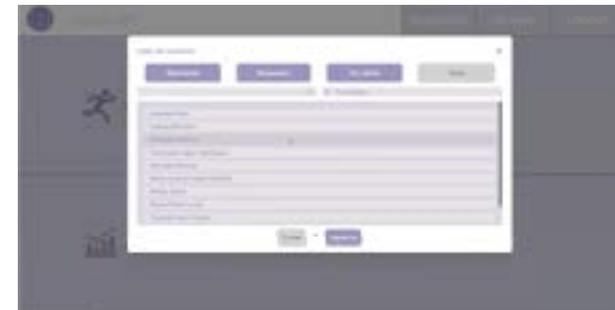
Inicio con logo Worun



Inicio el cuál no tiene opción de registro debido a que es una plataforma que únicamente pueden utilizar los administradores, quienes tienen el email establecido: `admin@worun.com` y una contraseña.

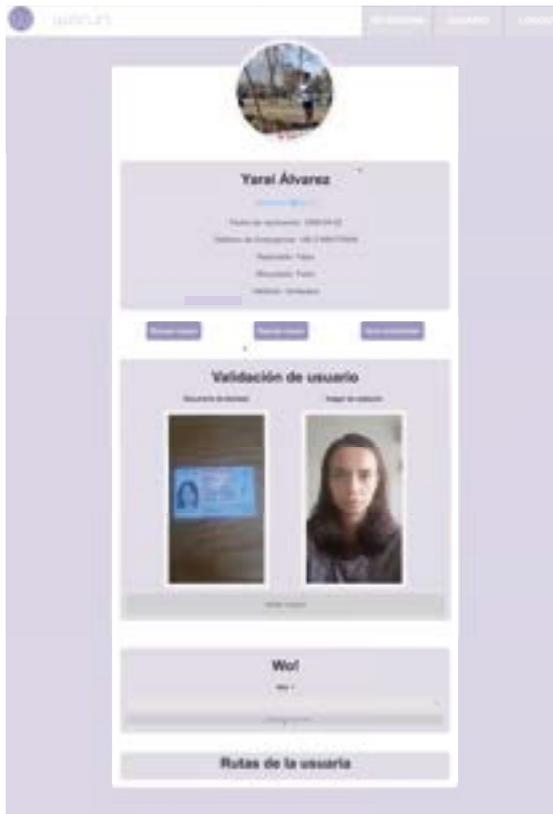


Sección "usuario" donde se encuentra la lista de usuarios y el análisis de datos.



Lista de usuarios donde se puede ver todos las runners y también aquellas reportadas, bloqueadas y por validar .

Testeo 4: Factibilidad



En la sección usuarios al apretar uno se despliega toda la información de este, con su estado de cuenta actualizado y también la cantidad de interacciones que ha tenido dentro de la aplicación. En esta sección se puede bloquear, reportar o convertir en administrador.



La sección análisis de datos se actualiza por sí sola y aparecen los datos recopilados en gráficos para visualizarlo más fácil y poder ver las distintas tendencias en los comportamientos de los usuarios y si es que la aplicación está siendo útil o no.



Sección de seguridad donde se encuentra los eventos reportados, los sucesos que se han apretado el botón SOS y las denuncias.



En los eventos reportados aparece la descripción del evento y la ubicación, el administrador puede desactivar el evento en caso de no ser real o no ser de relevancia para las usuarias

Testeo 4: Factibilidad



Misma sección anterior, pero con el mapa ajustado para poder ver de forma satelital y así visualizar mejor el espacio donde está sucediendo el suceso.



La sección de los eventos que se ha apretado el Botón SOS es igual a la de los eventos reportados, con la descripción y la ubicación en donde se realizó la acción.



Sección denuncias usuarias donde se puede ver las solicitudes pendientes y las ya revisadas. Aquí existe la opción de bloquear al usuario o desestimar la denuncia en caso de ser errónea.

Resoluciones durante el proceso de creación plataforma web y aplicación:

A lo largo del proceso surgieron diferencias en oficios y estilos de abordaje del proyecto, por lo que se creó un sistema de corrección específica para todos los problemas de diseño dentro del proyecto, tanto de la aplicación como de la plataforma web. Esta solución fue abordada a través de un excel compartido donde se sistematizó la entrega de correcciones puntuales de diseño, estas se categorizan, luego se especifica en qué lugar del proyecto se encuentra y a qué error corresponde, luego, de ser necesario, se entrega una observación y se pueden adjuntar pantallazos o links para entender de

manera más clara el error específico. Este sistema ayudó mucho al ordenamiento de la información y a la corrección de errores de diseño, tanto de diseño gráfico, de funcionamiento, errores más técnicos, tipográficos, etc. Sin embargo al ser un testeo de funcionalidad no se le dió gran importancia a la similitud gráfica propuesta.

Una de las dificultades durante el proceso de desarrollo fue la bajada a la realidad del proyecto, es decir, a la creación de una implementación real de la aplicación y su construcción como MVP. Esto debido a que

muchas de las funcionalidades definidas en un inicio requerían mayor capital para su realización por lo que hubo una priorización de las funcionalidades a trabajar.

También los ingenieros midieron la performance de la aplicación mediante un test automatico alcanzando un 92% de performance (muy bueno).

08.



Implementación

Modelo Canvas

<p>Socios clave</p> <p>Seguridad ciudadana (municipal)</p>	<p>Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plataforma web de reporteria - Aplicacion del celular - Ingenieros Software (empresa externa) - Encargado redes sociales - Director ejecutivo 	<p>Propuesta de valor</p> <p>Empresas (cliente): Servicio para empresas que buscan que las mujeres se sientan menos vulnerables al realizar deporte. Worun va a permitir que las empresas asociadas sean el puente de empoderamiento generando una comunidad segura y conectada.</p> <p>Mujeres runners (usuario): Servicio de experiencia para mujeres que disfrutan del running al aire libre y necesitan sentirse seguras mientras corren. "Worun" permite crear un nexo de unión, conexión y compañía entre la comunidad runner con las mismas características dentro de una misma zona, creando al mismo tiempo una visualización de rutas más seguras a diferencia de otras plataformas.</p>	<p>Relaciones con clientes</p> <p>Con las empresas: Conversatorios vulnerabilidad</p> <p>Con las mujeres runners: - Ser parte de la WoComunidad - Descuentos y beneficios - Resumen del mes de las rutas más frecuentadas por mail.</p>	<p>Segmento de cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mujeres runners. - Mayores a 18 años. - Principiantes, corredoras de vez en cuando o recurrentes. - Les gustaría encontrar una compañera de trote con características similares. - Usan aplicaciones y redes sociales. - Sienten un grado de vulnerabilidad en las calles y necesitan sentirse más seguras. - Agentes externos les interrumpen el running.
<p>Actividades clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actividades publicitarias (Física: carreras worun, presencia eventos deportivos y digital: Instagram, Facebook y Tik Tok) - Constante análisis de datos para actualizar funcionalidades. - Supervisión constante de la aplicación para mantener la calidad y la seguridad. - RRSS: Atención y mantención. 			<p>Canales</p> <p>Con las empresas: - App Store</p> <p>- Contacto directo con gerentes generales o encargados de marketing (reuniones personalizadas con estrategias distintivas)</p> <p>Con las mujeres runners: - B2B</p>	
<p>Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo aplicación y mantención. - Remuneraciones RRHH - Marketing - Costo servidor 		<p>Fuente de ingresos</p> <p>- Se realizarán campañas/retos en donde las marcas crearán desafíos deportivos y aquellos usuarios que cumplan estos, obtendrán un código de descuento. El código de descuento permitirá rastrear las ventas generadas por la aplicación y esto tendrá un costo del 10% de precio de venta del producto. Adicionalmente, cada campaña tendrá un costo fijo inicial (setup) para las marcas.</p>		

Estructura de costes

La contratación de un desarrollador de aplicaciones fundamental para la creación de esta teniendo un coste de \$25.000.000 en un inicio y de \$1.000.000 para su mantención futura de todos los siguientes meses. La plataforma Web tendría un coste de \$10.000.000 en sus inicios, la que será mantenida con \$500.000 mensualmente, esta plataforma servirá para obtener información de los distintos retos y poder reportar a las marcas el status de estos.

El mayor gasto requerido a lo largo del primer año será en el desarrollo de las herramientas necesarias para el uso del aplicativo y las herramientas de reportes de los distintos retos, todas las funcionalidades estarán soportadas en la nube en particular se utilizará GCP (Google Cloud Platform) que entrega la mayor versatilidad de herramientas para la escalabilidad del aplicativo y permite tener una estabilidad en las funcionalidades acorde a los requerimientos.

Para que la creación de la aplicación sea rentable se estableció que las mayores ganancias serían a través de los WoRetos. En esta sección aparecen diferentes desafíos por cumplir propuestos por diferentes marcas,

de los cuáles si se cumple se genera un código de descuento para utilizarlo en la marca correspondiente, lo que permitirá rastrear cuales ventas son realizadas producto de la aplicación.

Para la activación de un WoRetos las empresas deben pagar como base \$500.000 (setup fee) y además se les cobrará comisión de un 10% de la compras realizadas con el código descuento Worun entregadas a los ganadores de los retos, tanto en tiendas físicas como online (Ref: mercado libre cobra aproximadamente entre 13 y 17% de comisión). Estas campañas permiten el posicionamiento de la marca relacionándola al deporte de una forma innovadora y segura para las participantes y permitiéndoles generar ventas dado el incentivo generado por los códigos de descuento.

Será necesario conseguir un fondo de inversión por \$171.000.000 millones de pesos chilenos para así poder lograr el break even en 12 meses y tener la caja para la operación del día a día. El paso siguiente es aumentar la penetración en mercado Chileno y la expansión al resto de los países de Latinoamérica, comenzando por México en donde existe

una de las poblaciones más grandes del cono sur de habla hispana.

Difusión

La estrategia de difusión de Worun estará dividida en medios tradicionales y no tradicionales. Se hará uso de las redes sociales Facebook, Instagram, Tik Tok las cuáles al ser masivas podrán llegar a un gran número de personas.

Las tres redes sociales fueron escogidas debido a que todas en conjunto comunican eficazmente al usuario, el cual puede tener un rango etario de entre 18 y 65 años. Las mujeres baby boomers, la generación X, la generación Y, e incluso la generación Z utilizan una o más de las mencionadas debido al entendimiento del lenguaje digital de cada una. Además las tres tienen la posibilidad de crear publicidad de sus publicaciones para así llegar a un mayor público. La publicidad digital es pagada según el alcance que se quiere obtener y además puede configurarse según el público objetivo al que se quiere llegar. A medida que el proyecto crezca se espera tener mayor capital para publicidad.

También a través de estas plataformas se realizarán concursos con marcas amigas como lo es BSoul ya que es el método más eficiente para conseguir un mayor número

de seguidoras.

La otra estrategia de difusión será la presencia de Worun en las carreras tanto públicas como lo es Open Colors como privadas, lo que puede ser en competencias de atletismo de instituciones. La presencia será a través el pago por publicidad en carteles. El alcance de esta metodología no es tan efectivo como el de las redes sociales pero sí genera mayor credibilidad y confianza con la aplicación, ya que es un contacto más “real” para las usuarias. También esta estrategia permite un contacto directo y seguro con personas que les gusta el deporte debido al contexto el cuál se esta situado.



Proyecciones

Como proyecciones, me gustaría poder continuar el proyecto abarcando múltiples áreas como lo podría ser la escalada o el fútbol, donde las mujeres necesitan sentirse seguras y encontrar partners. Durante el estudio del proyecto, recolectando información de situaciones donde la mujer se ha visto vulnerada aparecieron varios casos no solamente en el running si no que en deportes que realizados en las calles o los que requieren de parejas. Estos casos no fueron analizados en profundidad, pero será necesario hacer un estudio más pertinente ya que según lo estudiado el deporte tiene la capacidad de empoderar a las mujeres, ya que el empoderamiento empieza por el propio cuerpo. El desarrollo de capacidades de movimiento conseguido por la actividad física, lleva al conocimiento y control del propio cuerpo, y hace a la mujer motrizmente más hábil en todo sentido, se superan a sí mismas, se fortalecen y se empoderan.

Por otro lado, esta aplicación está pensada para ser escalable a diferentes países y así ampliar la red de mujeres y crear una comunidad más grande capaz de trasladarse a todos lados. El running es un deporte univer-

sal y muy desarrollado en diferentes países del mundo, por lo que Worun puede ser una ayuda para mujeres corredoras a lo largo del planeta.

Al principio del proyecto hubieron reuniones de patrocinio con distintas entidades como lo fue entre las más destacadas “Tremendas” y el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, con las cuales se llegó finalmente a una aceptación de patrocinio pero no llegó más allá y hubieron varios cambios en el proceso. En un futuro sería provechoso trabajar en conjunto a estas dos entidades que dan más credibilidad y seguridad al servicio Worun entregado, y además brindaría mayores oportunidades al proyecto.

Por último es un servicio que proyecta ser implementado y adaptado a diversos dispositivos como relojes inteligentes u otros dispositivos para deportistas que faciliten su uso y eliminen el bulto extra que muchas veces genera el celular. También será necesario que sea posible utilizarlo en diversos dispositivos para que así su alcance llegue a la mayor cantidad de personas.

Conclusiones personales

A través del proyecto Worun trabajé un tema muy latente en el día de hoy: la vulnerabilidad de las mujeres en los espacios públicos. La desigualdad de género es una temática que parece ser resuelta en estos tiempos modernos pero sin embargo sigue latente debido a las huellas de la sociedad patriarcal de tan sólo unos años atrás. La mujer sigue siendo percibida como un objeto de dominio público, teniendo que normalizar actos no “normales”. La mujer sigue teniendo miedo por salir libremente a la calle sin importar la hora, la compañía e incluso la vestimenta.

El trabajo realizado no busca erradicar la violencia y la presencia de agentes externos distractores para las mujeres runners, pero sí busca crear una comunidad segura y conectada para así disminuir la sensación de vulnerabilidad al momento de salir a correr.

El desarrollo del proyecto fue emocionante debido a que fue muy apoyado por las mujeres runners, visibilizando así que la problemática abordada es real y latente en la sociedad. Espero que la aplicación en un futuro pueda ser concretada y así poder contribuir a mantener un espíritu de libertad y equidad, respeto por todas las personas y ayudar a mejorar las condiciones de las comunidades de corredoras. Esto a través de la creación de oportunidades a mujeres que se han visto limitadas únicamente por su género, fomentando una vida saludable a través del deporte

Si no podemos tener un ambiente seguro, juntas lo creamos y nos ayudamos.

09.



Anexos y
Bibliografía

Referencias bibliográficas

Diario

Castillo, I. L. (2019). La Tercera. Obtenido de La Tercera: <https://www.latercera.com/el-deportivo/noticia/la-mujer-correas/600142/>

CRIADO, M. Á. (2021). El machismo está en las calles. El País.

elimparcial. (2010). elimparcial. Obtenido de elimparcial: <https://www.elimparcial.es/noticia/67971/gente-y-tendencias/todos-los-animales-tienen-las-mismas-partes-que-pamela-anderson.html>

Escritos

BEAUVOIR. (1949). perio. Obtenido de perio: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comyddhhlic/wp-content/uploads/sites/152/2020/08/7-De-Beauvoir-Simone-El-segundo-sexo.pdf>

Bowman, C. G. (1993). scholarship. Obtenido de scholarship: <https://scholarship.law.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1141&context=facpub>

GIDDENS, A. (1997). MODERNIDAD E IDENTIDAD DEL YO EL YO Y LA SOCIEDAD EN LA EPOCA CON TEMPORALIDAD. barcelona: PENINSULA.

Palermo. (2006). El acceso de las mujeres a la educación universitaria. Revista argentina de sociología, .11-46.

Estudios

Arenas, D., & Madrid, G. (2021). OCAC. Obtenido de OCAC: <https://ocac.cl/wp-content/uploads/2021/05/Informe-Financial-Estudio-sobre-Violencia-Sexual-en-medios-de-transportes-y-espacios-publicos-en-Chile.docx-2.pdf>

Corsi, J. (2013). FUNDACIÓN MUJERES. Obtenido de FUNDACIÓN MUJERES: https://perso.unifr.ch/derechopenal/assets/files/obrasportales/op_20120308_01.pdf

DEPORTE, S. D. (2021). APLICACIÓN DE ENCUESTA NACIONAL DE HÁBITOS DE ACTIVIDAD FÍSICA Y DEPORTE 2021. CLIODINAMICA.

Gobiernodechile. (2016). biblioteca digital del gobierno de Chile. Obtenido de biblioteca digital del gobierno de Chile: <https://biblioteca.digital.gob.cl/bitstream/handle/123456789/1203/ENCUESTA%20NACIONAL%20DE%20HABITOS%20Y%20ACTIVIDAD%20FISICA%202015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ipsos. (2021). ipsos. Obtenido de ipsos: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/2021-08/Ipsos-WEF%20-%20Miradas%20globales%20sobre%20el%20ejercicio%20y%20los%20deportes%20de%20equipo%20.pdf>

OGAZ, A. A., & SAEZ, C. B. (2009). repositorio.uchile. Obtenido de repositorio.uchile: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/144757/Encuesta-nacional-de-victimizacion-C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Revista web

Molina, M. (2021). revistauniversitaria. Obtenido de revistauniversitaria: <https://revistauniversitaria.uc.cl/dossier/las-cifras-del-acoso-sexual-en-las-calles-peligro-permanente/18129/>

POWER, E. (1975). MEDIEVAL WOMEN. EDICIONES ENCUESTRO.

POWER, E. (1975). MEDIEVAL WOMEN. EDICIONES ENCUESTRO.

Informes

Daros, W. R. (2014). redalyc. Obtenido de redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=343532033005>

Daros, R. (2014). Franciscanum. Obtenido de Franciscanum: <https://www.redalyc.org/pdf/3435/343532033005.pdf>

F.González, N., & D.Rivas, A. (2017). sciencedirect. Obtenido de sciencedirect: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0120563317302735>

GonzálezI, H., PersingolaII, L. G., CavazzoniII, A. Z., & Bagnoli, L. (2020). pepsic. Obtenido de pepsic: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2020000200004

Lennox, R. (2017). sciencedirect. Obtenido de sciencedirect: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0277539516302151>

MEDINA, C. O., & URRRA, E. (2007). scielo. Obtenido de scielo: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95532007000100002

Web

Darwin, C. (1859). marxists. Obtenido de marxists: <https://www.marxists.org/espanol/darwin/1859/origenespecies/04.htm>

Garcia, A. M. (2021). Economipedia. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/deshumanizacion.html>

OCAC. (2015). OCAC. Obtenido de OCAC: <https://ocac.cl/que-es/>

Wilson, J. (2012). noplaceforsheep. Obtenido de noplaceforsheep: <https://noplaceforsheep.com/2012/06/07/what-is-objectification-anyway/>

Flujo de cajas

	M0	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Ingresos por venta													
Porcentaje de venta		6.750.000	23.625.000	29.932.500	38.912.250	50.585.925	65.761.703	85.490.213	111.137.277	144.478.460	187.821.999	244.168.598	317.419.177
comisión fija WoRatos	0	2.400.000	4.720.000	6.136.000	7.976.800	10.369.840	13.480.792	17.525.030	22.782.538	29.617.300	38.502.490	50.053.237	65.069.208
Total ingresos por venta [J]	0	2.400.000	4.720.000	6.136.000	7.976.800	10.369.840	13.480.792	17.525.030	22.782.538	29.617.300	38.502.490	50.053.237	65.069.208
Costo de las ventas													
WoRatos		300.000	590.000	767.000	997.100	1.296.230	1.685.099	2.190.629	2.847.817	3.702.163	4.812.811	6.256.655	8.133.651
Total costo de las ventas [K]	0	300.000	590.000	767.000	997.100	1.296.230	1.685.099	2.190.629	2.847.817	3.702.163	4.812.811	6.256.655	8.133.651
Margen bruto [L=J-K]	0	2.100.000	4.130.000	5.369.000	6.979.700	9.073.610	11.795.693	15.334.401	19.934.721	25.915.138	33.689.679	43.796.582	56.935.557
Gastos operacionales													
Ventas y Marketing													
Publicidad (SEM +SEO)		5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Agencia de medios		1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000
Total gastos Venta y Marketing [M]	0	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	34.000.000	34.000.000	34.000.000
Desarrollo e Investigación													
Desarrollo Aplicacion y mantencion (Externo)		25.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Plataforma Web (reporteria administradores)		10.000.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Pagina Web (informativa)		1.500.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
GCP (Google Cloud Platform)		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000

Flujo de cajas

	M0	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Total gastos Desarrollo e Investigación (N)	0	37,500,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000
Gastos generales y de administración													
Sueldos y honorarios		880,000	880,000	880,000	880,000	880,000	880,000	1,700,000	1,700,000	1,700,000	1,700,000	1,700,000	1,700,000
Diseñador		1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
CEO (Gerente General)		2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000
Administración y Finanzas (externo)		300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
BigData analist (Ing. Civil)		1,600,000	1,600,000	1,600,000	1,600,000	1,600,000	1,600,000	1,600,000	1,600,000	1,600,000	1,600,000	1,600,000	1,600,000
Publicista (Creativo + R2D5)		1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Insumos (plata para la tinta, el café...)		20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000
Viajes (para asegurar que la app funcione y propaganda)		50,000	50,000	50,000		50,000		50,000		50,000			50,000
Mantenimiento y reparaciones (computadores de sistema)		10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
Teléfono		60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
Total gastos generales y de administración (O)	0	7,620,000	7,620,000	7,620,000	7,570,000	7,620,000	7,570,000	8,440,000	8,390,000	8,440,000	8,390,000	8,390,000	8,440,000
Total gastos operacionales (P=H+N+O)	0	51,620,000	16,920,000	16,920,000	16,870,000	16,920,000	16,870,000	23,240,000	23,190,000	23,240,000	45,190,000	45,190,000	45,240,000
Resultado de la operación (Q=L-P)	0	-49,520,000	-12,790,000	-11,551,000	-9,890,300	-7,846,390	-5,074,307	-7,905,599	-3,255,279	2,675,138	-11,500,322	-1,393,418	11,695,557
Otros ingresos (R)		171,000,000	171,278,600	108,287,200	96,534,800	86,481,100	78,471,310	73,233,603	65,024,004	61,464,725	63,835,863	52,050,541	50,372,124
Impuestos													
Impuesto a la renta		201,400	201,400	201,400	163,400	163,400	163,400	304,000	304,000	304,000	285,000	285,000	285,000
Otros (especificar)													
Total impuestos (S)	0	201,400	201,400	201,400	163,400	163,400	163,400	304,000	304,000	304,000	285,000	285,000	285,000
Margen neto (T=Q+R-S)	0	121,278,600	108,287,200	96,534,800	86,481,100	78,471,310	73,233,603	65,024,004	61,464,725	63,835,863	52,050,541	50,372,124	61,782,481
Inversiones													
Inversión 1	171,000,000												

Flujo de cajas

Código descuento	
Imágenes	20.000
publicidad	10.000
Mensajes motivación	5.000
Seguimiento	15.000
Total Costos Producto/Servicio 1	50.000
Precio venta publicidad sección WoRetos	400.000

	M0	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Cantidad de Ventas Mensuales													
Código descuento		6	12	15	20	26	34	44	57	74	96	125	163
Total costo de las ventas [K]	0	6	12	15	20	26	34	44	57	74	96	125	163

Flujo de cajas

Ticket promedio	Tamaño de empresa	Ventas con us	Ingreso por	Ingresos totales
75000	Grandes	1000	10%	7.500.000
	Medianas	300	10%	2.250.000
	Pequeñas	150	10%	1.125.000

Retos Activos		MES											
Tamaño de empresas	Mes 1	mes 2	Mes 3	mes 4	Mes 5	mes 6	Mes 7	mes 8	Mes 9	mes 10	Mes 11	mes 12	
Grandes	0	1	1,3	1,69	2,197	2,8561	3,71293	4,826809	6,2748517	8,15730721	10,6044993	13,7858491	
Medianas	0	3	3,9	5,07	6,591	8,5683	11,13879	14,480427	18,8245551	24,4719216	31,8134981	41,3575475	
Pequeñas	6	7,8	10,14	13,162	17,1366	22,27758	28,980654	37,6491102	48,9438432	63,8269962	82,7150951	107,529623	
	6.750.000	23.025.000	29.932.500	38.912.250	50.585.925	65.761.703	85.490.213	111.137.277	144.478.461	187.821.991	244.168.591	317.419.177	1.305.483.7
Concursos mensuales	6	11,8	15,34	19,942	25,9246	33,70196	43,812574	56,9563462	74,0432500	96,2562250	125,133092	162,673020	
Recechos que utilizad	900.00	3.070.00	3.991.00	5.188.30	6.744.70	8.768.23	11.308.70	14.618.30	18.983.70	25.042.93	32.555.81	42.322.56	

Perfil del proyecto 2021



Código QR aplicación Figma



Video usabilidad



