

antecedentes del proyecto

perfil del usuario

metodologías de investigación y

cifras de usabilidad de telefonía móvil

otras plataformas de información cultural

perfil general

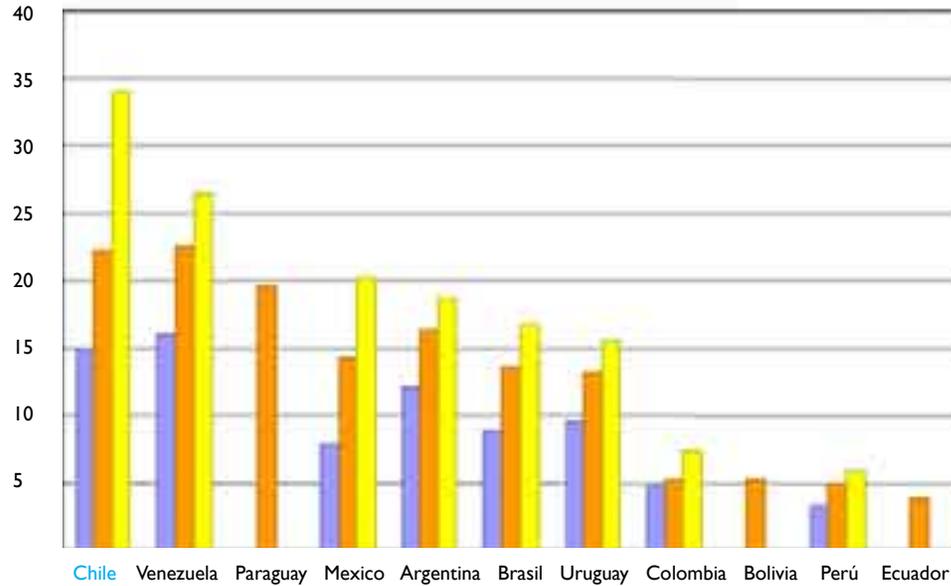
información cualitativa

fase de exploración

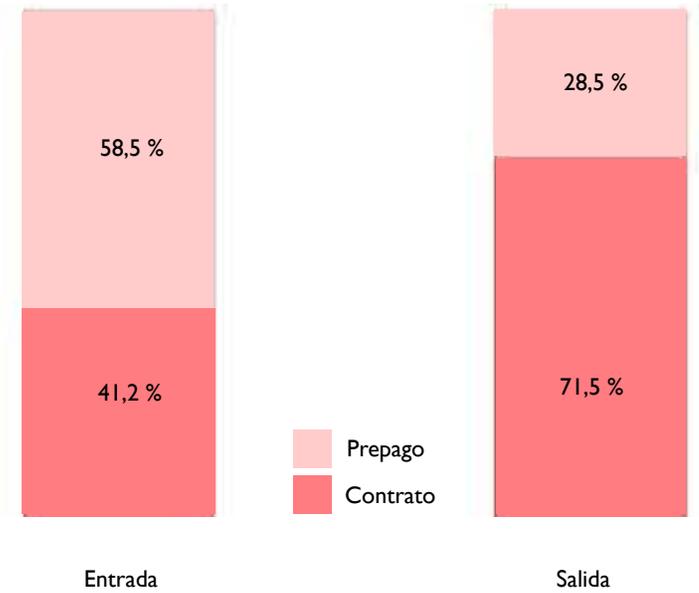
fase de generación

portada
y contenidos

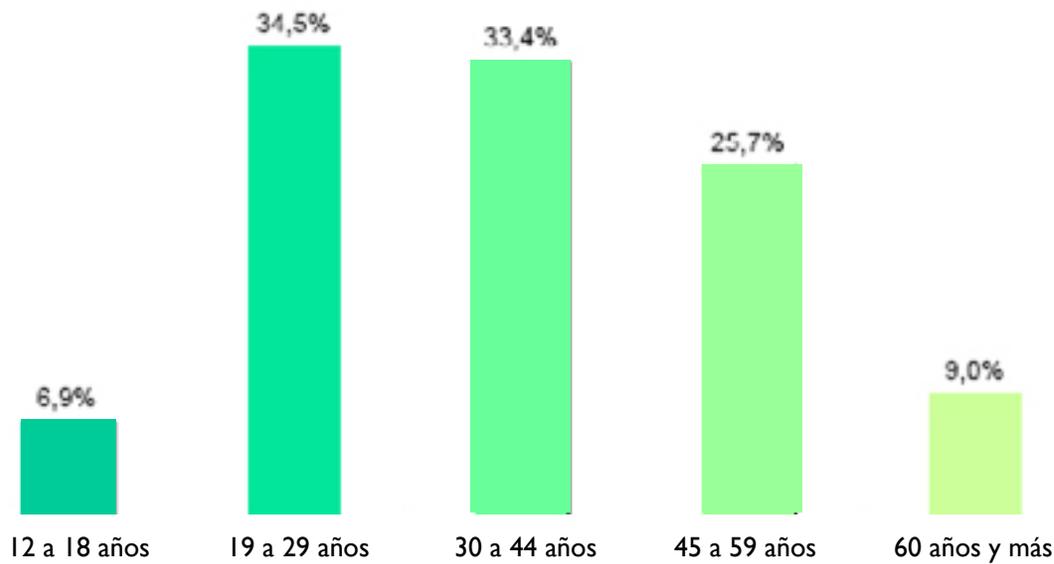
Penetración de telefonía móvil en países Latinoamericanos



Composición del tráfico según modalidad



Penetración por segmentos etarios



flavorpill.net investigación e información sobre eventos

Ciudades: San Francisco / Los Angeles / Chicago / Londres / Miami

Tópicos: arte, música, libros, moda y noticias mundiales

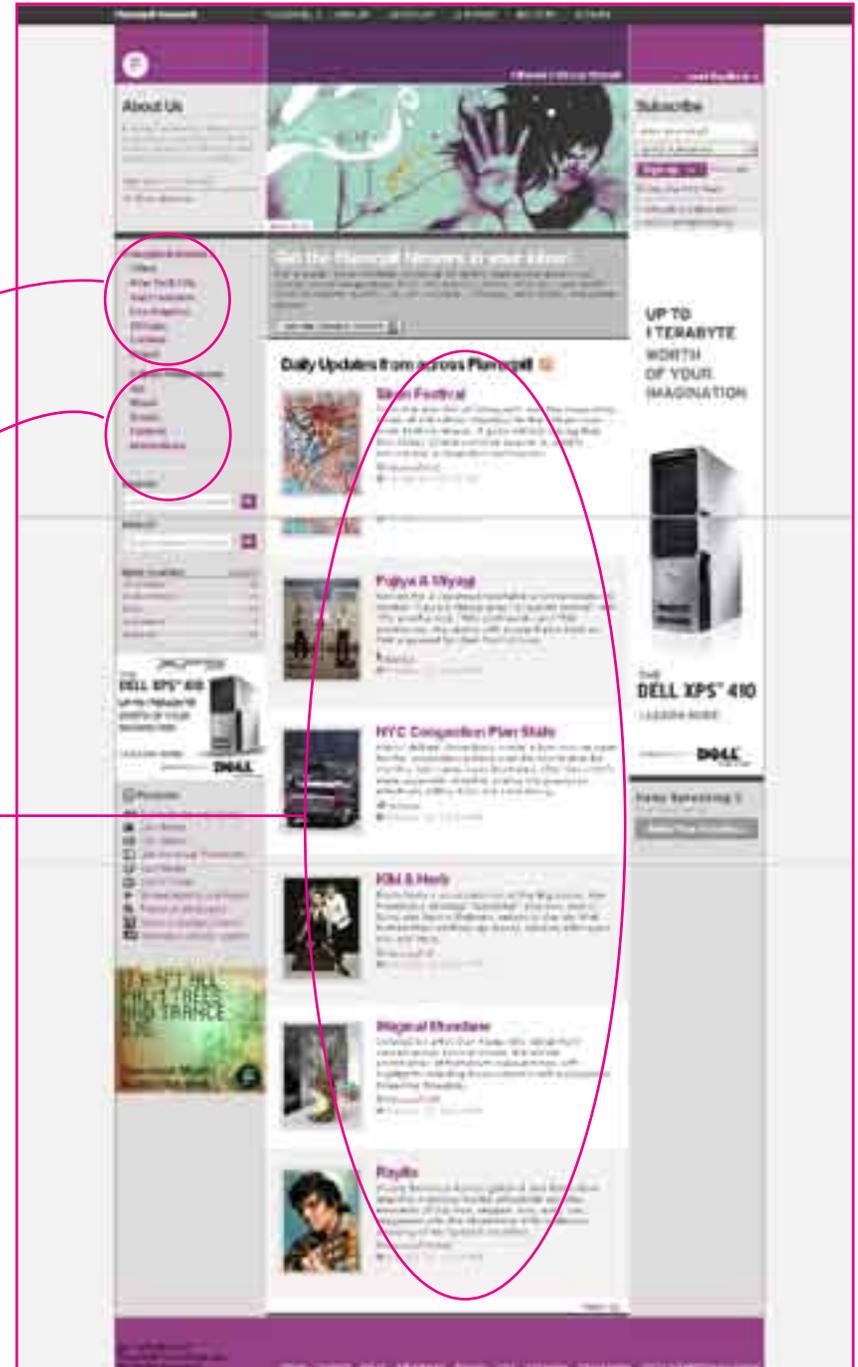
Network

Tópicos

Cartelera

El **70%** de sus subscriptores se ubican entre los **25 y 34 años**, salen más de **3.3** veces a la semana y consultan contenidos más de **2** veces cada semana.

Publican para más de **300.000** subscriptores.



saborizante.cl Investigación, información y publicación de eventos

Ciudades: Santiago

Tópicos: cine, tv, exposiciones, fiestas, charlas, conciertos, recitales, teatro, otros.

Calendario mensual

The screenshot shows the Saborizante website interface. At the top, there's a navigation bar with the logo and search options. The main content area displays event listings for 'Sábado 21 de Julio'. A pink arrow points from a 'Calendario mensual' label to a calendar widget on the right side of the page, which is circled in pink. Below the event listings, there are sections for featured events like 'El musical Blue Man Group en Chile!' and 'Tristán e Isolda'. At the bottom, there's a table of flight prices to various cities and a footer with contact and subscription information.

Ciudad	Precio
Barcelona	324 €
Miami	150 €
Madrid	335 €
Caracas	131 €
México	155 €
Buenos Aires	87 €



Cifras del Consumidor

- El 80% de los encuestados sale una vez a la semana al tipo de actividades *
- 95% de los Estudiantes en Valparaíso posee un teléfono celular
- Más del 80% de adolescentes y jóvenes usan mensajes de textos
- 57% sostuvo que durante 2005 gastó dinero en productos como DVD, celulares, equipos musicales o computadores
- aproximadamente 1/3 personas de nuestro público objetivo no genera ingresos

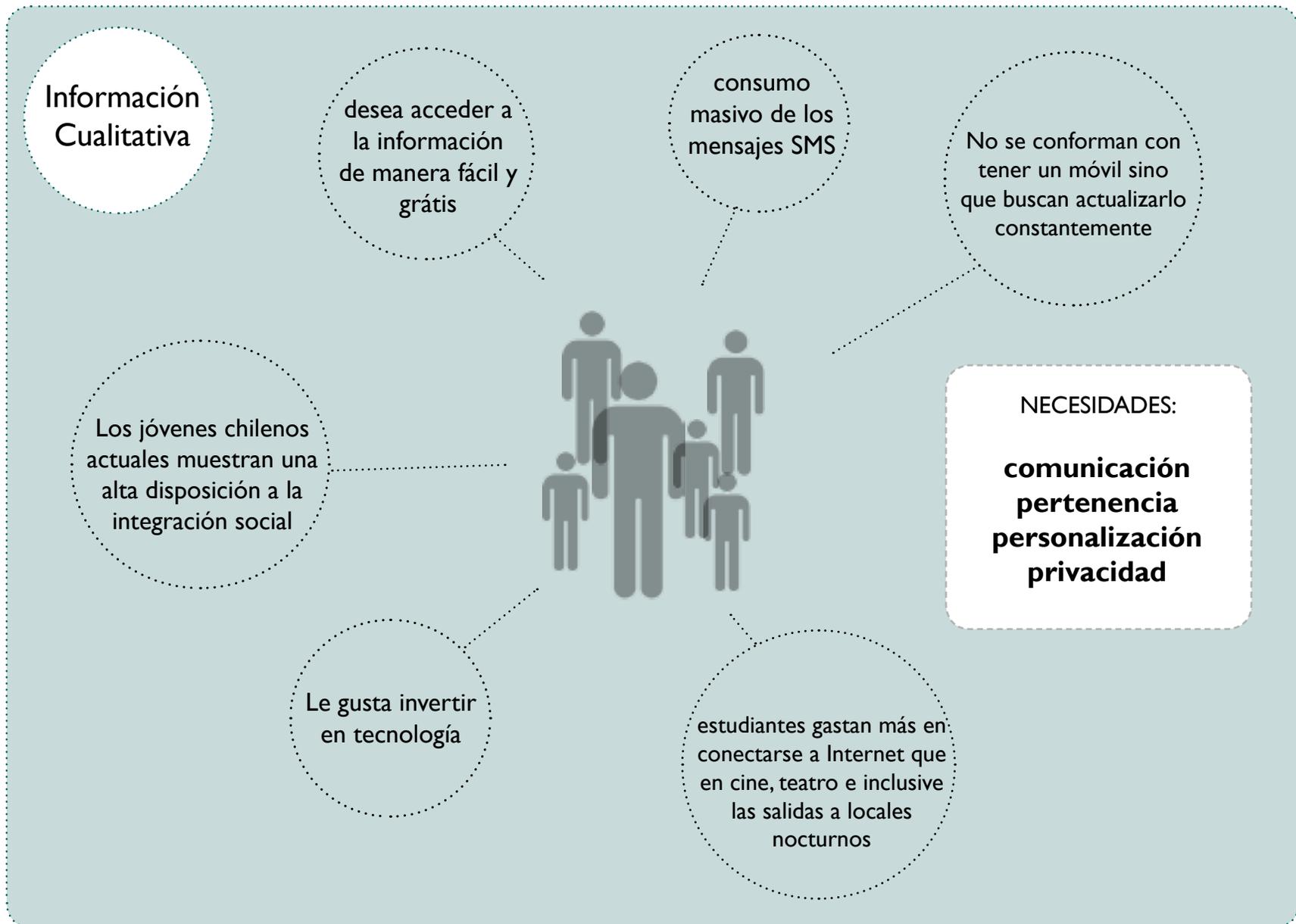
Ubicación Geográfica

HABITAN EN LA 5ta REGIÓN, ESPECIALMENTE EN VIÑA Y VALPARAÍSO

Pueden ser tanto habitantes como personas que se encuentran en la región por un tiempo definido

Requerimientos Técnicos

Acceso esporádico a Internet + Teléfono móvil con acceso a internet y feed RSS

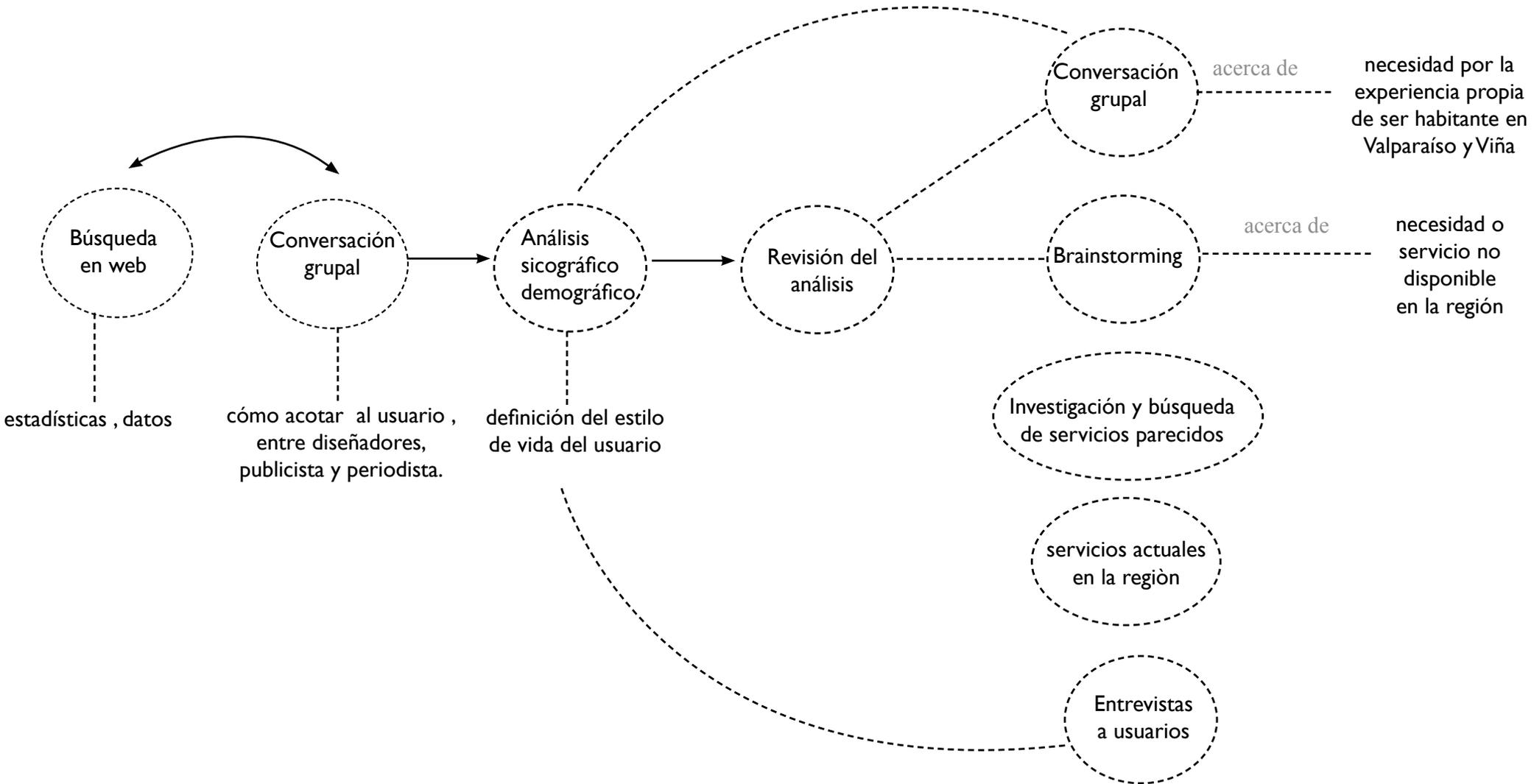


- ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS / sin poder adquisitivo *
- JÓVENES PROFESIONALES / poder adquisitivo
- ADULTO JÓVEN / poder adquisitivo

I. Fase de Exploración

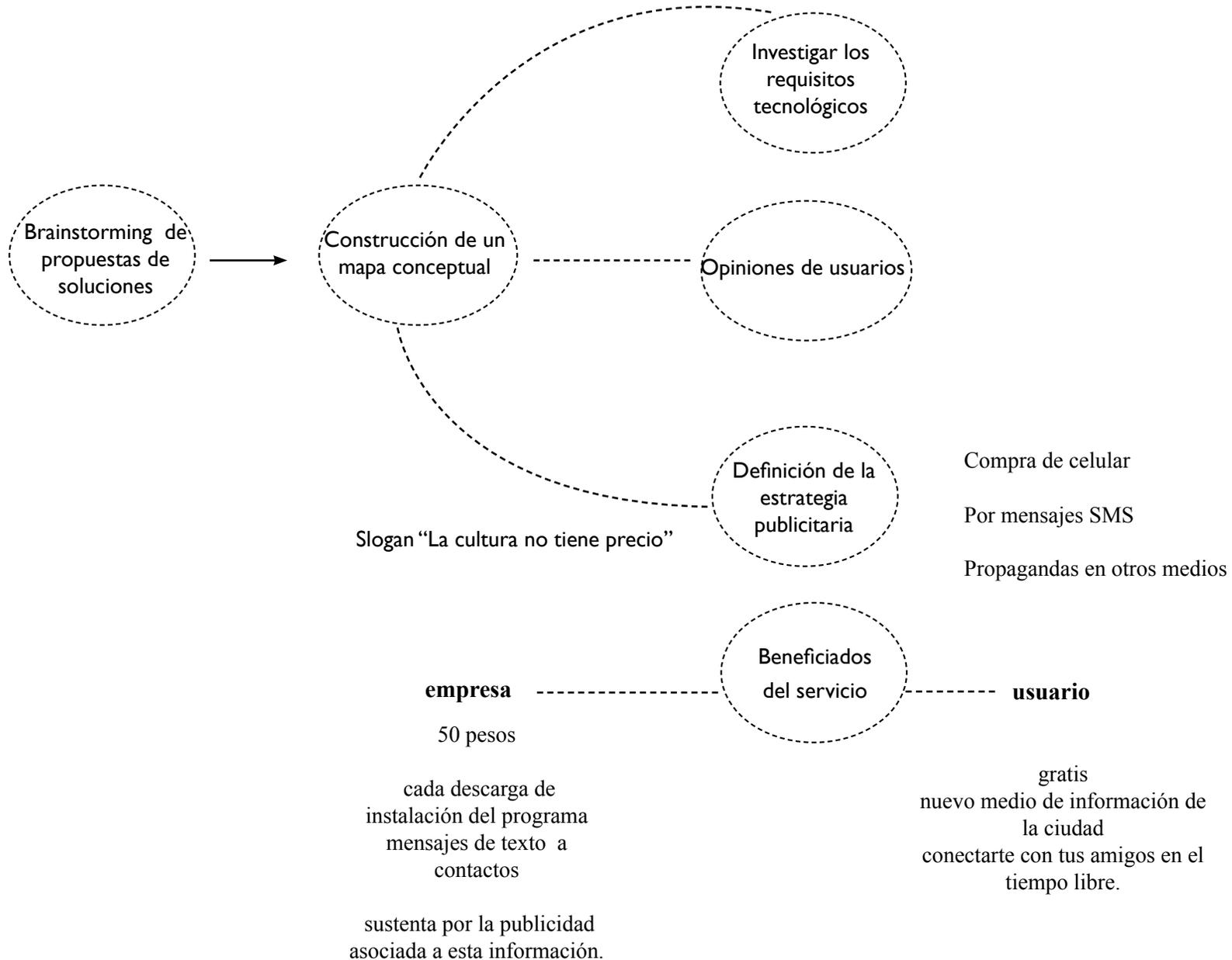
I.1 Definición del usuario

I.2 Definición de la necesidad del usuario

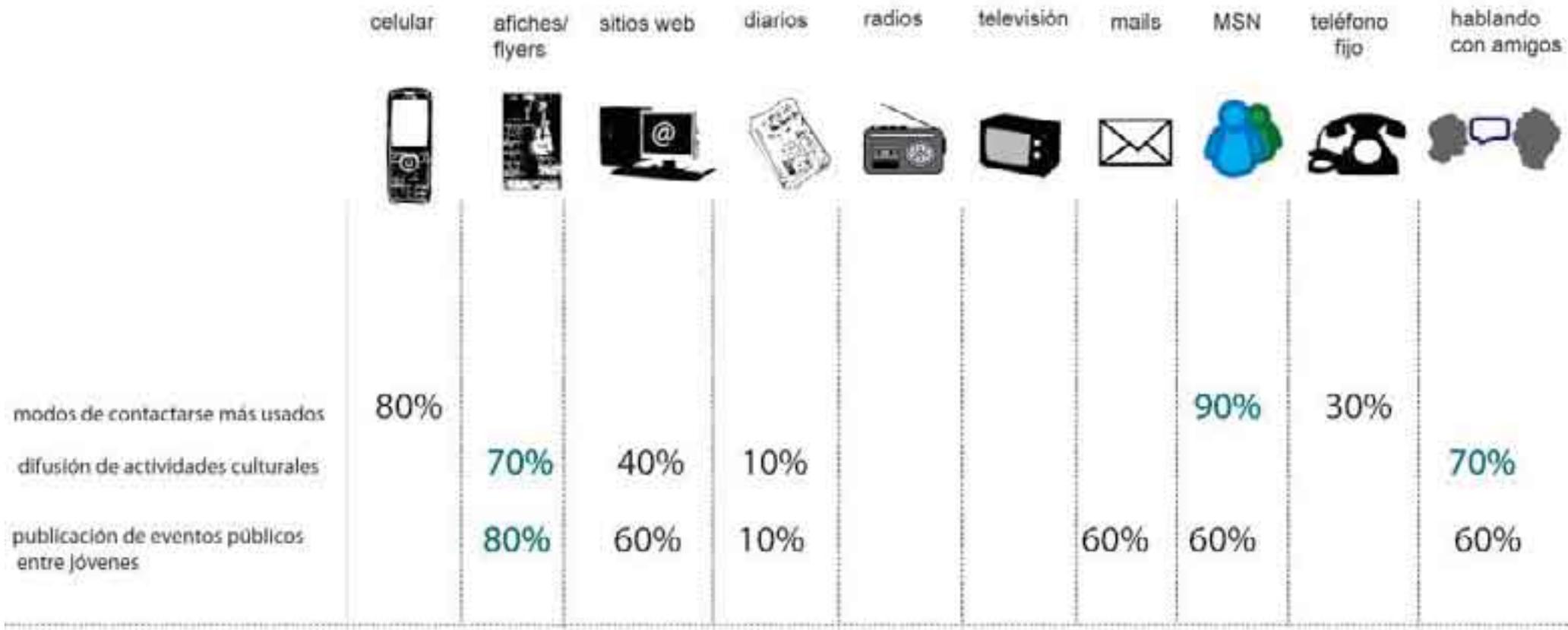


II. Fase de Generación

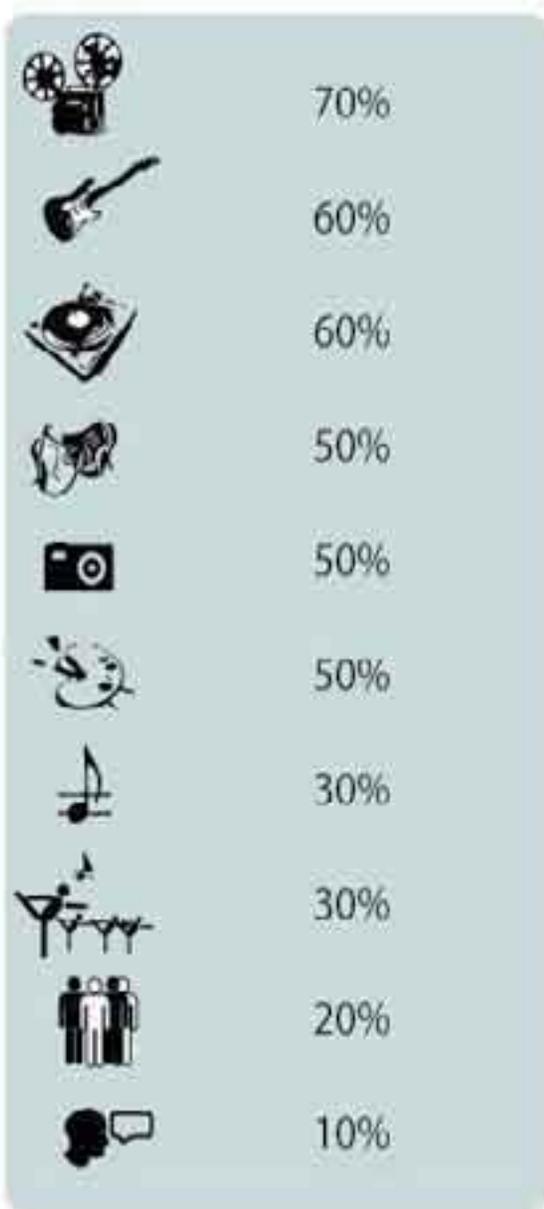
2.1 Definición de las soluciones a este problema



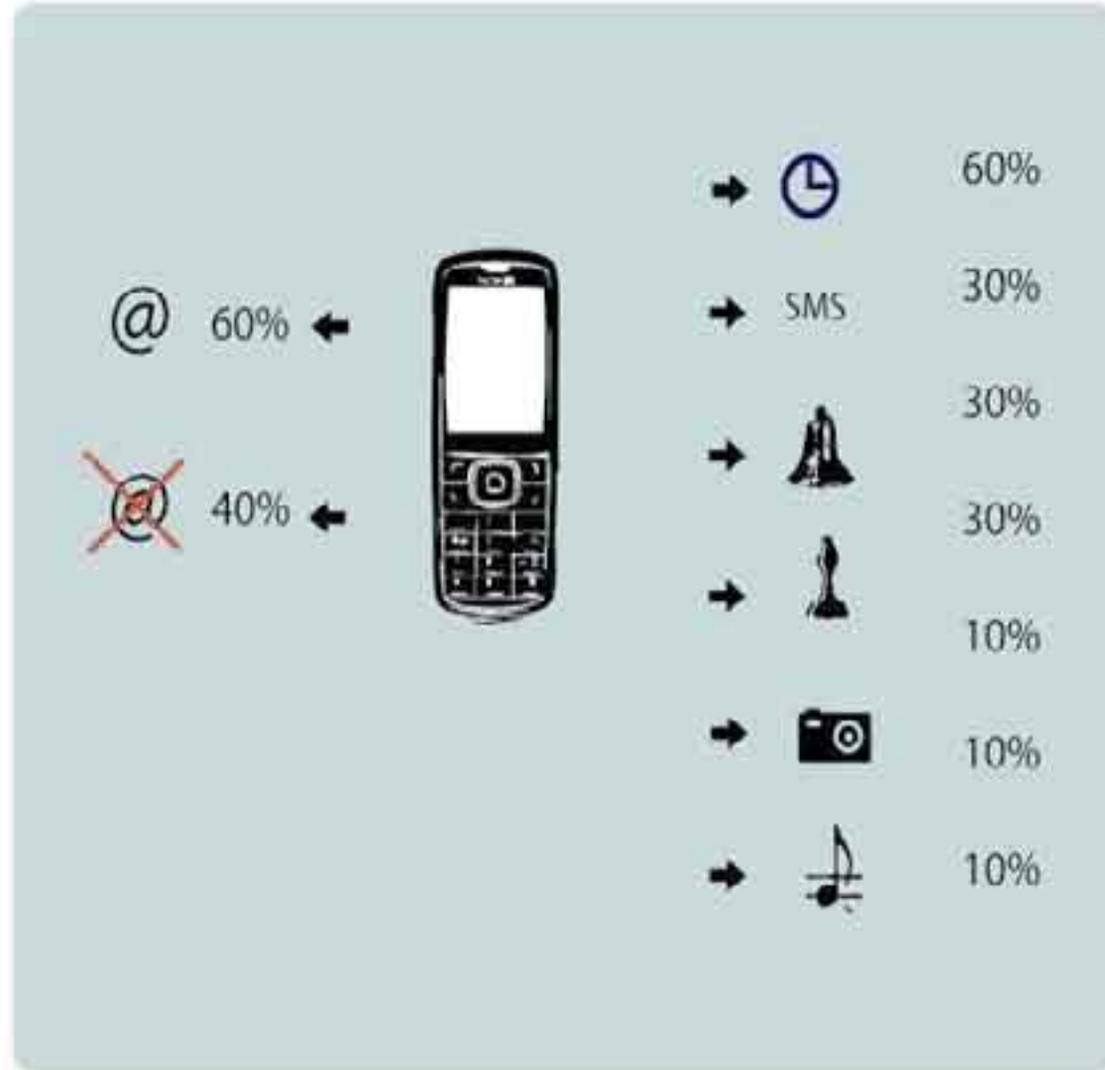
Resultados de entrevista a usuarios desde 17-35 años



Porcentaje de encuestados interesados en actividades culturales y de entretenimiento



Porcentaje de uso de otras funciones de celular



Encuestados entre 17-35 años