

Parte 2

IDEACIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN



Indice

UX Strategy Guide

UX Strategy Blueprint

Business Model Canvas

Problem Statement

User Personas

User Map

Empathy map

Value Proposition canvas

User Story

Jobs to be done

Customer Journey

Realizado por:



Javier Venero

Receoppiamos

Insights



Insights

**Necesitan Un lugar
donde puedan acudir
para estar informados de
los eventos que ocurren.
Con fechas y horarios.
También les gustaría
saber si en ellos hay
actividades o cosas
extra.**



Insights

Aunque estas culturas tengas diversos trasfondos, en la actualidad la imagen y la interacción es algo muy importante. Quieren tener un sitio donde acudir para saber donde comprar o sitios de reunión, sobre todo si viajan.



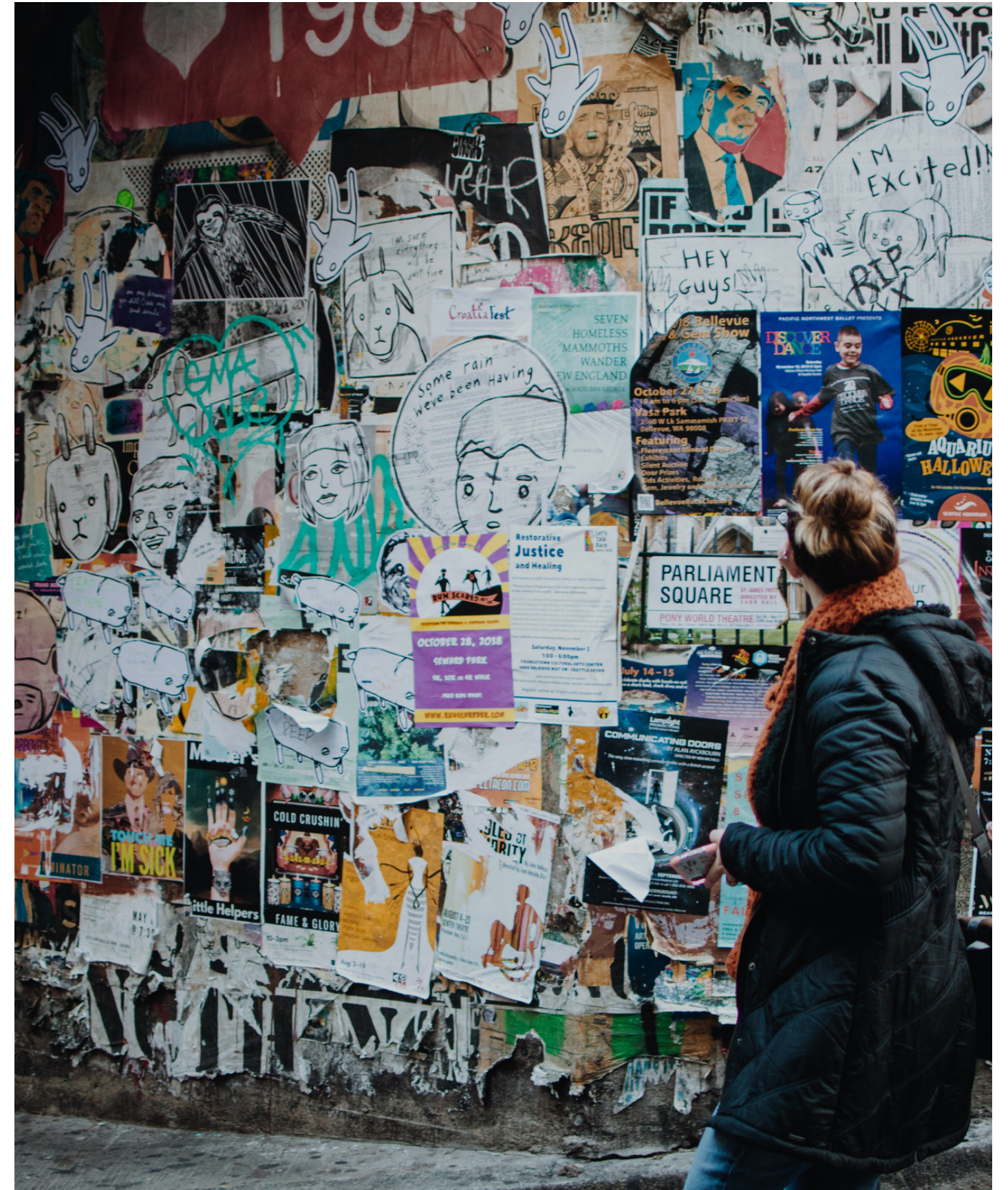
Insights

No todos viven en grandes ciudades donde puedan expresarse 24/7 como son, muchos buscan una comunidad donde poder no sentirse solos y sentirse libres de ser ellos mismos. Aunque sea a través de un dispositivo móvil.



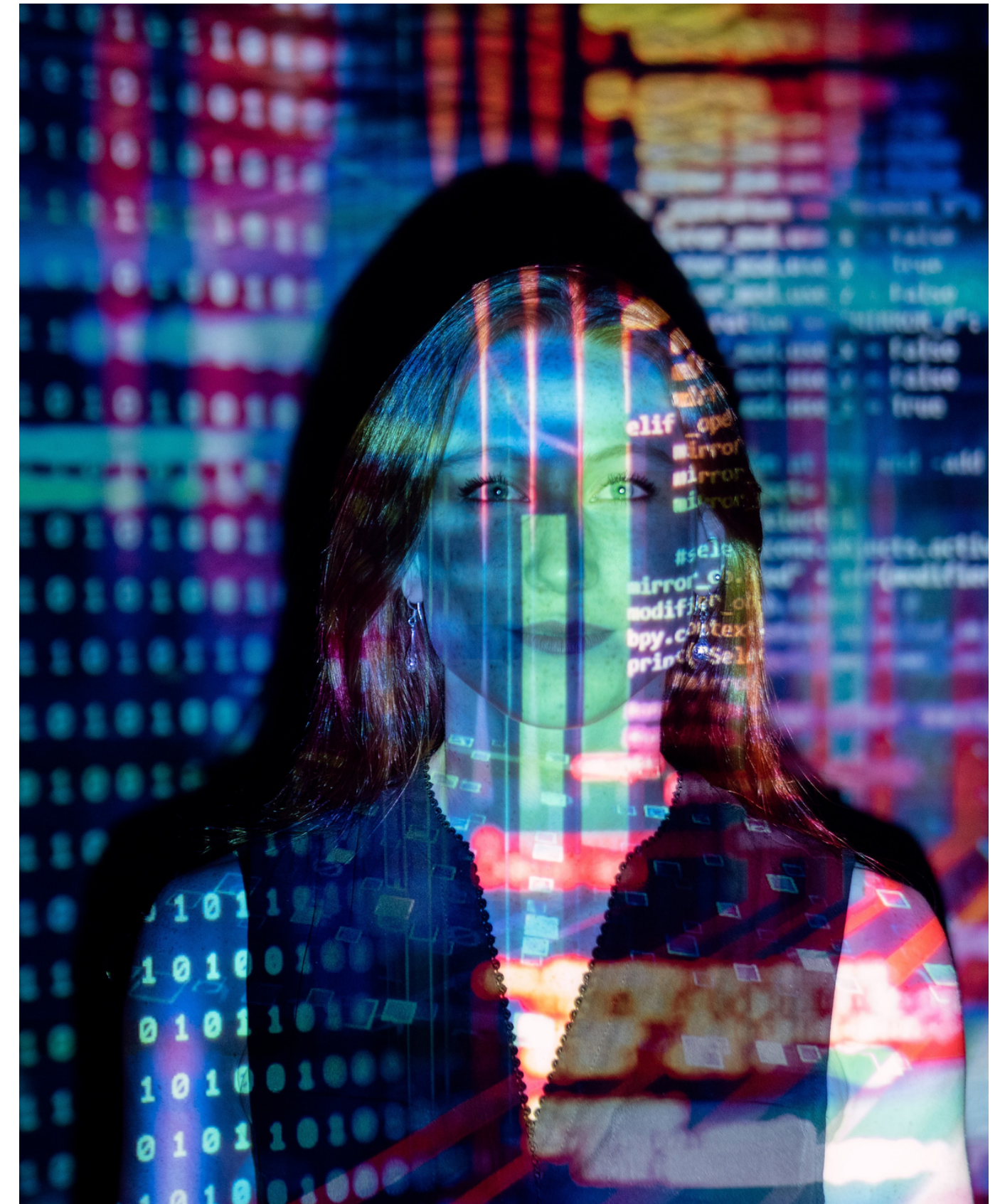
Insights

Los comercios utilizan el boca a boca de los clientes como metodo de publicidad y buscan nuevos medios con los que llegar a más gente

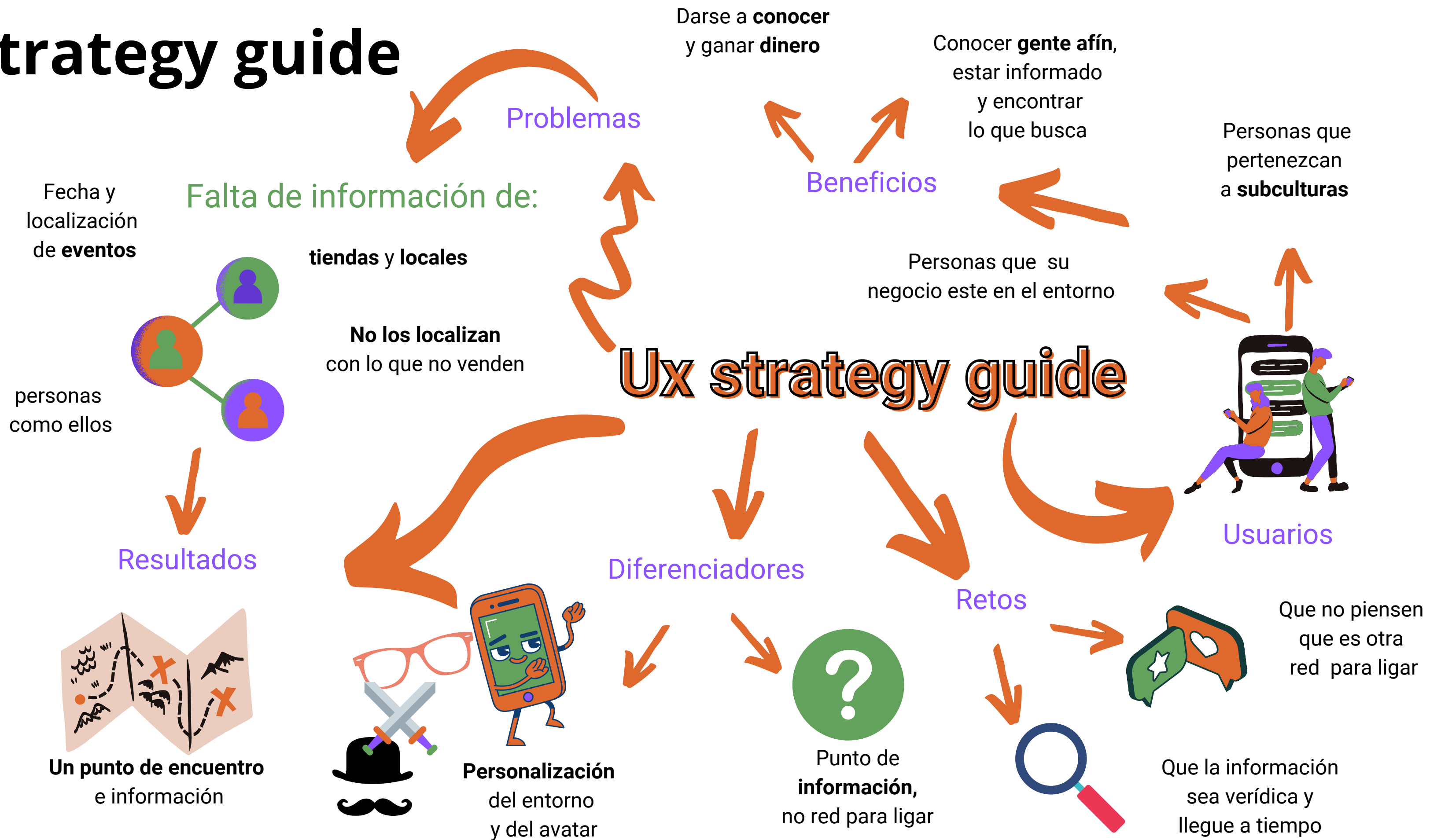


Insights

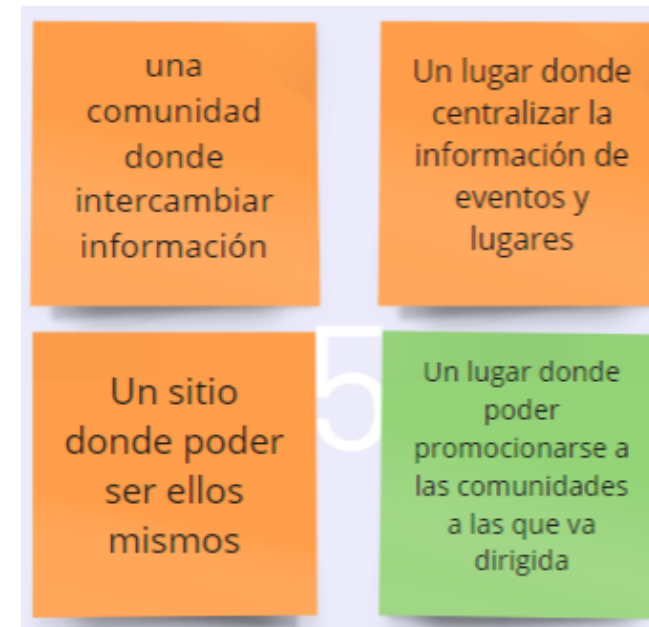
Los que organizan eventos solo utilizan su propia web y redes para anunciar fechas de proximos eventos con lo que solo llegan al público que los conocían previamente.



Ux strategy guide

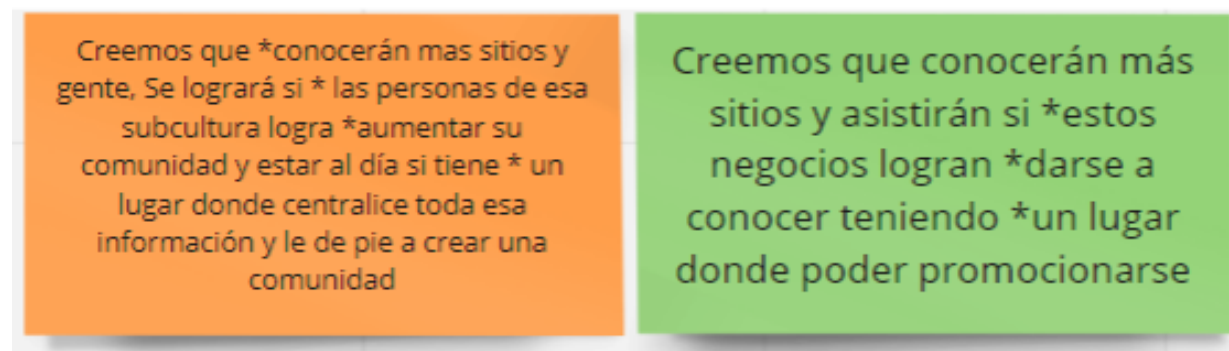


Ux strategy guide

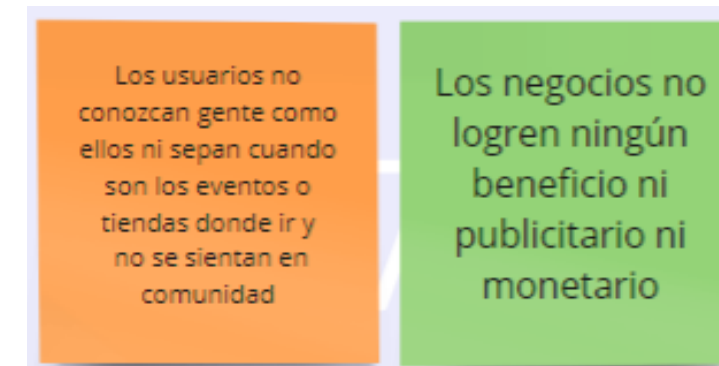


Ux strategy guide

Hipótesis



Riesgos



Experimentos para riesgos

- User testing de las plantillas de diseño.
- Realizar encuestas a los diversos grupos,
- Entrevistas a personas de las subculturas y de los negocios relacionados

- Personas pertenecientes a las subculturas.
- Negocios en el entorno de las subculturas

Ux strategy blueprint



Challenge

La falta de información y el acercamiento dentro de las subculturas

- La recopilación de la información base
- La aceptación por las subculturas



Aspirations

La visibilización y facilidad de encontrar información dentro de las subculturas

- Facilitar información dentro de las subculturas
- Facilitar la toma de contacto entre ellos
- Crear un sentimiento de comunidad

Focus area



- Las personas que pertenecen a las subculturas
- Los negocios que se mueven dentro del entorno de ellas

- Facilitar dicha información en un solo punto.
- Crear un lugar donde estén cómodos para preguntar e informar a gente de su comunidad



Measurement

- Ver la fiabilidad de los comentarios por puntuación
- Puntuar a los negocios y usuarios

- Medir la cantidad de veces que los perfiles buscan información
- Medir la satisfacción de estos tras buscarla



Guiding principles

- Igualdad
- Transparencia
- Respeto
- Fiabilidad
- Información

- Dando la posibilidad de que se informen entre ellos.
- No llegando a ser una RRSS a lo sumo sino una red de información



Activities

- Encontrar esa información fácilmente
- Poder compartir información
- Poder conocer gente
- Que puedan ser ellos mismos

Business Model Canvas

Socios clave



¿quiénes son nuestros socios clave?
 ¿quiénes son nuestros suministradores clave?
 ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios?
 ¿qué actividades clave realizan los socios?

motivaciones para socios:
 -pointerés y economía
 -relaciones de largo o de mediano plazo
 -relaciones de largo o de mediano plazo

-Las personas que pertenecen a las subculturas

-Los locales y realizadores de eventos

- Información
 -Publicidad
 -Monetario

- Información
 -Monetario

-Buscar eventos y lugares donde comprar
 -Informar de ello a la comunidad

- Publicitarse
 - Ganancia monetaria

Actividades clave



¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
 ¿nuestros canales de distribución?
 ¿nuestras relaciones con clientes?
 ¿nuestras fuentes de ingresos?

categorías

- Dar información
 -Dar publicidad
 -Crear una comunidad

-App store
 -Play Store

Intermediarios

-La venta de la App a un bajo coste.
 -La publicidad de los locales/eventos
 -Los socios con la compra de personalizaciones

Recursos clave



¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
 ¿nuestras relaciones con clientes?

Monetarios:
 -Inversor inicial
 -Publicidad de los locales/eventos
 -Compra de personalizaciones
 -Precio de la App

Intelectuales:
 -Patentes de marca...

Humanos:
 -Programador
 -UX/UI Designer
 -Relaciones públicas /Marketing
 -Personal en Datos

Físico:
 -Una dirección fiscal
 -Alquiler interminente de un coworking

Propuestas de valor



¿qué valor entregamos al cliente?
 ¿qué de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver?
 ¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?
 ¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?

características

Eficiencia al encontrar todo en un punto

Encontrar una comunidad donde se identifique

Ganancia monetaria a los locales/eventos

Visibilidad a los locales y eventos

Felicidad al no sentirse solo

Diversión al poder asistir a eventos

Satisfacción al encontrar cosas con las que se identifican

Relaciones con clientes



¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente?
 ¿cuáles hemos establecido?
 ¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio?
 ¿cuánto cuestan?

Un correo de información

relación de co-creación al informar y valorar

Creación de comunidades

Canales



-Mostrando la necesidad en base a los datos recopilados

-Publicitamos en las redes/APP que más usan

-Vender la APP en las tiendas de ello

-Mediante un correo de contacto para información/incidencias

Segmentos de cliente



¿para quién estamos creando valor?
 ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?
 ¿cómo vamos a crear valor?
 ¿cómo vamos a crear valor?
 ¿cómo vamos a crear valor?

Micronichos de las subculturas

-Las personas de esas subculturas

-Los negocios de esos entornos

Estructura de costes

¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?
 ¿qué recursos clave son los más caros?
 ¿qué actividades clave son las más caras?

es tu negocio más:

-coste de desarrollo (desarrollo de software, presupuesto de valor, al precio bajo, más flexibilidad, outsourcing)

características de ejemplo:

-coste de desarrollo (desarrollo de software, presupuesto de valor, al precio bajo, más flexibilidad, outsourcing)

Pago de patentes y registros

Pago de sueldos y costes derivados



Coste del alquiler del co-working

Coste de la idea en caso de ser comprada

Fuentes de ingresos

¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?
 ¿para qué pagan actualmente?
 ¿cómo están pagando ahora?
 ¿cómo prefieren pagar?
 ¿cuánto cobija cada fuente de ingresos a los ingresos totales?

tipos

-venta de software
 -venta de servicios
 -venta de productos
 -venta de servicios
 -venta de productos
 -venta de servicios

precio fijo

-venta de productos
 -venta de servicios
 -venta de productos
 -venta de servicios

precio dinámico

-venta de productos
 -venta de servicios
 -venta de productos
 -venta de servicios

Inversión inicial

Pago de la APP



Pago de publicidad de los locales /eventos

Pago de los clientes por personalizar el perfil

- Personas pertenecientes a las subculturas.
- Negocios en el entorno de las subculturas

Business Model Canvas

Costes:

Pago de patentes y registros
Sueldos, alquileres y costes derivados
Coste de la idea si es comprada

Ingresos:

Inversión inicial
Pagos dentro de la App:
-publicidad de los locales/eventos,
tanto publicidad puntual como packs
y ofertas.
-Personalización del perfil de usuario



Problem Statement

Alguien

Jorge, gótico de Soria

Antonia, dueña de una tienda de disfraces

Sofi, Gamer y youtuber

Sonia, Cosplayer

Peter, vocal de la asociación de Steampunk de Segovia,

Jose, Furry recién iniciado

María, relaciones públicas de eventos comic

Adriana, rolera medieval

Alfonso, costurero freelance

Javi, fotógrafo

Necesita

que le indiquen donde hay tiendas de su estética en Barcelona

que la publiciten en entornos de eventos

estar informada de los eventos en las capitales

saber si en el evento al que va a Madrid tiene un corner de arreglos

avisar que asiste a los eventos

conocer gente como él

que su evento aparezca el primero en las listas

conocer gente y saber donde hay eventos que le gusten

publicitarse

saber cuándo y dónde hay eventos

Porque

se va de viaje y no conoce nada allí

su tienda física se ubica en una calle secundaria.

le gusta ir y hacer streamer desde ellos

no sabe si su cosplay aguantará todo el evento

en ellos es donde consiguen más socios

se siente solo donde vive porque no hay nadie como él

en los últimos años la competencia es mayor

se ha mudado a una ciudad nueva y no conoce a nadie

se dedicaba a realizar ropa de teatro y con la pandemia tiene que abrir el sector

es una manera fácil de agrandar y portfolio el conseguir trabajos

Problem Statement

Sofi, Gamer y youtuber **necesita** estar informada de los eventos en las capitales **para** le gusta ir y hacer streamer desde ellos

María, relaciones públicas de eventos comic **necesita** que su evento aparezca el primero en las listas **para** en los últimos años la competencia es mayor



User person



Datos personales

😊 25 ❤️ H Soltero
👜 Negocio propio 💰 1200€
🏠 Hipoteca 🎓 Bachillerato

Perfil tecnológico



Antonio Castillo

"El Luchador"

"si pudiera estaría en el centro, pero no hay dinero"

Persistente

Alegre

Biografía

Antonio es un hombre hecho a sí mismo que **vive en un barrio de Madrid**. Ya estudiando en el bachillerato trabajaba media jornada en una tienda de telas y al acabar de estudiar montó una pequeña tiendita en una calle apartada con sus ahorros y poco a poco acabo cambiando a una mayor y se especializó en telas extranjeras pero con la crisis la cosa no le va muy bien.

Quiere digitalizar su negocio para llegar a un mayor público.
Es un clásico romántico y sigue esperando encontrar su príncipe pero mientras utiliza las rrs para no quedarse oxidado.

Motivaciones y frustraciones

No tener que cerrar su negocio.
Encontrar su media pera.
No poder trasladar la tienda más céntrica.
Evolucionar tecnológicamente.

Tendencias y marcas

Hand Made
2ª Mano
Apple
Disney

WORK!



Datos personales

😊 47 ❤️ H Casado
👜 Negocio propio 💰 2300€
🏠 Hipoteca 🎓 Economista

Perfil tecnológico



Sergio Manzano

"El ejecutivo"

"hice de mi pasión mi profesión y ahora"

Determinado

Organizado

Biografía

Sergio era un fanático de los comic que mientras estudiaba economía montaba reuniones donde debatir sobre los comic y fue donde vio que había un hueco en el mercado. Primero fue un segundo trabajo y acabó siendo una gran empresa que monta eventos Otakus y de Cultura Pop. Se casó con una chica que conoció en uno de los eventos que había montado. Ya tiene dos hijos y **vive en una casa a las afueras de Madrid.**

Quiere expandir su negocio a más ciudades y que las nuevas generaciones no sean una competencia sino unos aliados en su andanza.

Motivaciones y frustraciones

Que el negocio siga creciendo y poder hacer el siguiente viaje.
Cada vez hay mas competencia joven y cuesta estar al día de todo.

Tendencias y marcas

Marvel
Scalpers
Apple
Timberland

WORK!



Datos personales

- 😊 17
- ❤️ M Soltera
- 🎒 Estudiante
- 💰 700€
- 🏠 Casa familiar
- 🎓 Bachillerato

Perfil tecnológico



Marta Martínez

"La Inquieta"

"Ganar en un streaming en directo es lo más!!"

Competitiva

Despreocupada

Biografía

Marta, **de un pueblo a las afueras de Vigo**, conocida en redes como PinkyCat. Jugaba a la consola desde pequeña con su primo y siempre pedía videojuegos. Acaba de terminar el bachillerato y quiere darse un año para invertir en su perfil gamer para intentar dedicarse a ello y sino comenzar los estudios de arte digital ya que sus padres le dan la oportunidad de tener ese "año sabático".

Que su canal de Twitch triunfe y ganar el próximo Fun&Serious Game Festival que se celebra en Bilbao y podría ser el punto de partida para vivir de ello..

Motivaciones y frustraciones

.Poder dedicarse a lo que más le gusta que son los videojuegos.
La falta de tiempo personal y el pasarme casi todo el día sentada.

Tendencias y marcas

Funko
Disney
Stradivarious
Primor



Datos personales

😊 33 ❤️ H Soltero
👜 Soldador 💰 1800€
🏠 Casa propia 🎓 FP1

Perfil tecnológico



Jose Miguel Rota

"El dos caras"

"Me flipa vivir aqui, pero más me gustaría ser yo"

Introvertido

Rudo

Biografía

Jose Miguel conocido en el pueblo como Yosemite. **Vive en un pueblo de Asturias y su casa esta en la ladera de la montaña en mitad de un pequeño bosque** . Trabaja como soldador en la empresa siderúrgica donde trabajo su padre y su abuelo. A él le encantan los juegos de rol en vivo y la cultura Furry. Le encanta vestirse de caballo, pasear por el bosque y sentirse libre.

Quiere ahorrar lo suficiente para dejar el trabajo y poder dedicarse a vivir en la naturaleza y encontrar alguien que le trate como el PoniBoy que se siente

Motivaciones y frustraciones

Ir a currar todos los días para poder llegar a tener unos ahorros.
Que su familia se entere de como se siente él realmente.

Tendencias y marcas

Timberland
Vida Rural
Los baños forestales
Fittnes



Datos personales

- 😊 15
- ❤️ M Con pareja
- 🎒 Estudiante
- 💰 500€
- 🏠 casa familiar
- 🎓 E.S.O.

Perfil tecnológico



Soraya Rosales

"La teatrera"

"Me encanta meterme en cada personaje"

Divertida

Alocada

Biografía

Soraya es una jovencita, **de un barrio de Barcelona**, divertida que le encantan las rrs, estar con sus amigas y que su novio tenga coche. Los estudios los lleva como puede sin suspender nada pero, su gran pasión es que cuando llega alguna convención se transforma en sus personajes preferidos y ha convencido al novio para que la acompañe varias veces. No cree en un amor único y cree que eso es algo que fluye según el momento.

Poder vivir de ser cosplayer pero lo ve complicado y esta mirando una FP de maquillaje y peluquería para cuando acabe bachillerato ya que se quiere dedicar a la imagen.

Motivaciones y frustraciones

Que vuelvan los eventos presenciales con más normalidad.
No tener dinero para su próximo cosplay.

Tendencias y marcas

Cultura Pop
Primark
Primor
AliExpress



Datos personales

😊 23 ❤️ M Con pareja
👜 Estudiante 💰 900€
🏠 compartida 🎓 Medicina

Perfil tecnológico



Sofía Pestañas

"La multitarea"

"Yo nunca me aburro, tengo siempre mil cosas"

Inquieta

Ansiosa

Biografía

Sofía, **sevillana**, estudiante de medicina y fotógrafa pasional. Le encanta asistir a eventos comic por la cantidad de personas diversas que encuentra, por eso siempre que se va de viaje intenta que sea a zonas culturales dispares. Ha ido de mochilera con la cámara por varios países y le encanta ayudar a comunidades desfavorables con lo que acaba dedicando más tiempo a los demás que a ella.

Quiere acabar medicina para poder irse de médica voluntaria a un par de países antes de meterse en la vida laboral. No quiere dejar de Hacer fotos nunca.

Motivaciones y frustraciones

Poder hacer un voluntariado cuando acabe la carrera y acudir a una comicon. La falta de tiempo para dedicarlo a todos sus hobbies y su pareja.

Tendencias y marcas

Nikon
2ª Mano
Voluntariado
Amazon



User Map

Trabajo cercano
al sector



Sergio Manzano



Antonio Castillo



Marta Martinez



Sofía Pestañas



Jose Miguel Rota



Soraya Rosales

Lejano a
una gran urbe

Cercano a
una gran urbe

Trabajo alejado
del sector

User Map

Introverso



Jose Miguel Rota



Soraya Rosales

Lejano a una gran urbe

Cercano a una gran urbe



Marta Martinez



Sofía Pestañas



Antonio Castillo

Extroverso



Sergio Manzano

Empathy map



Antonio Castillo



Empathy map



Sergio Manzano



Nos evoca

Organizado

Mucha experiencia

Hecho a sí mismo



Conseguir

Que se mantenga "en la ola"

Que las nuevas generaciones cuenten con él

Que gane algo de tiempo personal

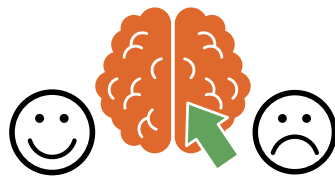


Escucha

"Es un dinosaurio"

Que si esta él , el evento será de calidad

Que su agenda vale oro



Piensa

Le encanta que su hobby sea su trabajo

Su familia le apoya

Lo mucho que ha aprendido con el tiempo

Que se hace mayor

Que los eventos son cada vez más pesados

Que tendrá que dar el relevo y no quiere



Mira

Que la competición cada vez es mayor

Que no vale solo con que te conozcan

Que los asistentes cada vez piden más calidad y variedad



Habla

"La edad es metal"

Suelo estar por detrás de los eventos de calidad

"siempre intento estar al tanto de lo último"



Hace

Intenta estar a la última en lo referente a sus eventos

Darle valor a la calidad y a las personas

Dedica unas horas mínimas al día a su familia

Empathy map



Marta
Martinez



Nos evoca

Que es un poco infantil todavía

Que se pone metas un poco altas para el nivel que esta

Que sabe lo que quiere



Conseguir

Que se de a conocer

Que entable relaciones con gente del sector

Que encuentre lo que busca cuando viaja

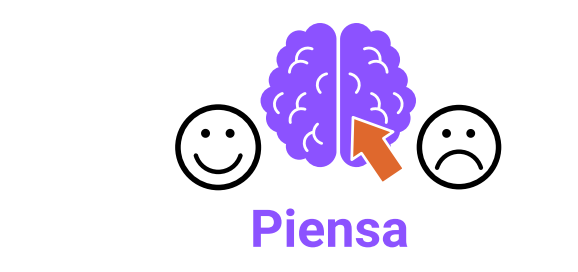


Escucha

Que esta loca si cree que llegará a algo en eso

Que su futuro no son los videojuegos, que sea realista

"persigue tus sueños" Su novio



Piensa

Que si no lo intenta nunca lo sabrá

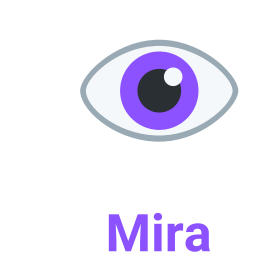
Que con esfuerzo y empeño todo se puede conseguir

Cuándo lo consiga podrá conocer mundo

Que por mucho que se esfuerza no llega a la meta

Que no tiene tanta paciencia

Que no conoce suficiente gente del mundillo



Mira

Que hay pocas chicas en ese mundo

Que es complicado que no la sexualicen

Que muchas veces cuenta más quién te conoce que cómo lo haces



Habla

Que le faltan contactos

Que siendo chica es más complicado que la tomen en serio

"Soy igual de buena que cualquier chico"



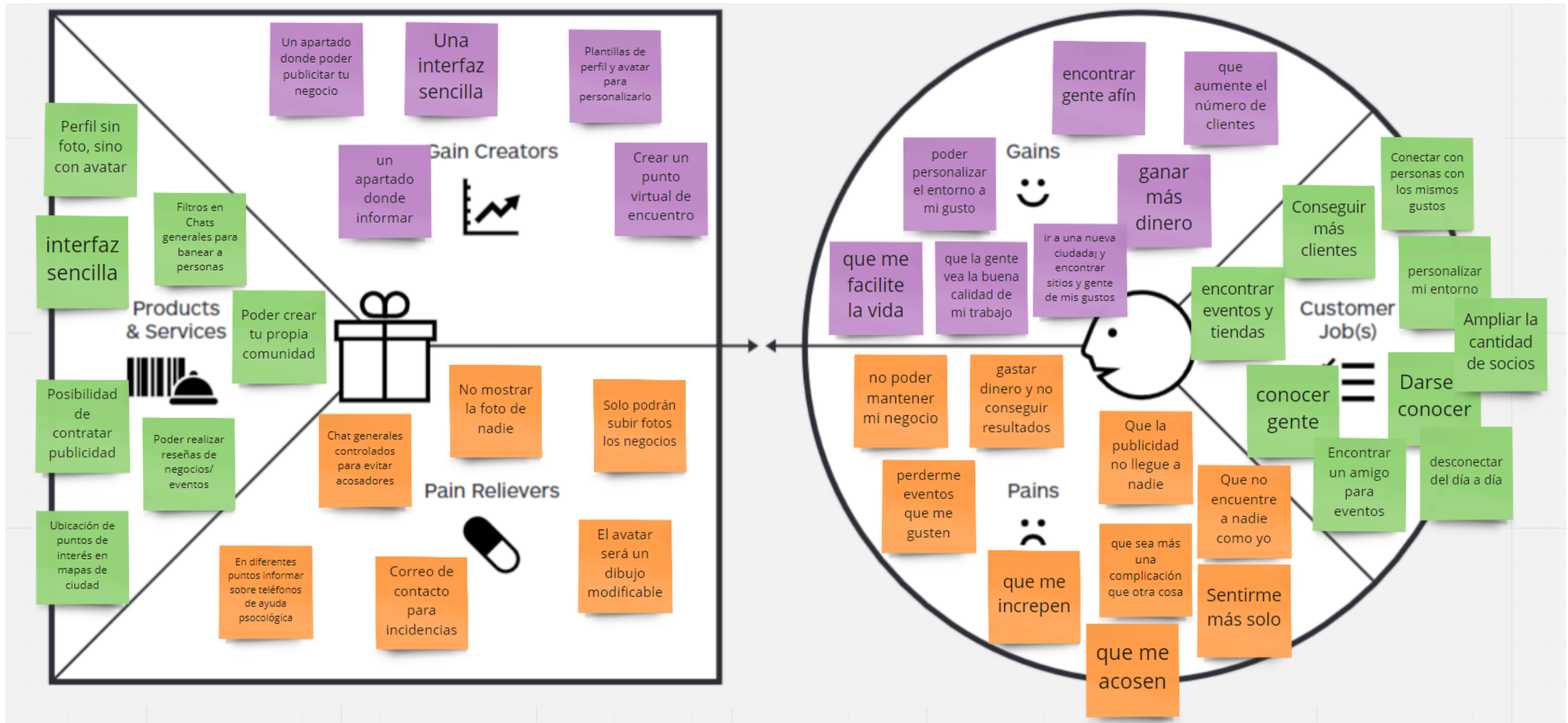
Hace

Pasa muchas horas sentada jugando en competiciones

Intenta no cambiar su forma de ser por mucho que le digan en comentarios

Intenta dedicarle suficiente tiempo a su familia y novio

Value Proposition canvas



Value Proposition canvas



User Story

Tipo de usuario

Como gótico que vive en una ciudad pequeña

Como dueño de un local de disfraces

Como joven Gamer y youtuber

Como cosplayer profesional

Como vocal de la asociación Steampunk

Como furry "en pañales"

Como relaciones públicas de eventos comic

Como rolera medieval

Como costurero por cuenta propia

Como fotógrafo

Objetivo

Quiero que me conecten con gente de mi rollo

Quiero un lugar donde publicitarme

Quiero estar informada de los eventos

Quiero saber si en el evento al que voy tiene un corner de arreglos

Quiero avisar de los eventos que asistimos

Quiero conocer gente como yo

Quiero que mi evento aparezca el primero

Quiero estar al tanto de ese entorno

Quiero publicitarme en un sitio que abarque muchos mercados

Quiero saber cuándo y dónde hay eventos

Motivo

porque donde vivo me siento solo hablando de ciertos temas

ya que mi tienda no esta en una calle principal.

y así poder crear más contenido y que me conozcan.

porque siempre alguna cosa falla en el último momento y así no estoy tan nerviosa.

porque en ellos es donde se consiguen más socios.

porque me siento incomprendido en mi entorno.

Porque cada año la competencia es mayor.

porque me he mudado y no conozco a nadie aquí.

porque el público que tenía que era el teatro ahora esta de capa caía.

porque es una manera fácil de agrandar el portfolio y conseguir trabajos.

User Story

Como joven Gamer y youtuber **Quiero** estar informada de los eventos y así poder crear más contenido y que me conozcan.

Como relaciones públicas de eventos comic **Quiero** que mi evento aparezca el primero Porque cada año la competencia es mayor.



Jobs to be done

Situación

Al vivir en una zona donde no hay gente con mis mismos gustos

Al tener mi tienda fuera de una zona comercial

Al tener que crear contenido nuevo constantemente

Al presentarme a concursos cosplay me pongo tan nerviosa

Al ser complicado encontrar socios por la asociación

Al sentirme incomprendido en mi entorno por furry

Como cada año hay más competencia en los eventos

Como este año me he mudado no conozco a nadie y

Como mi público, que era el teatro, esta de capa caída

Al intentar vivir solo de la fotografía

Motivación

me gustaría encontrar una red donde conectar con ellos

me gustaría publicitarme de forma barata

me gustaría estar informado de todos los eventos

que me gustaría saber si en el evento al que voy tiene un corner de arreglos

Me gustaría un sitio que informe de dónde asistimos

me gustaría encontrar un sitio con gente como yo

necesito que mi evento aparezca el primero en listas

me gustaría encontrar un sitio donde conocer gente

me gustaría poder publicitarme en un sitio que abarque muchos mercados

me gustaría saber cuándo y dónde hay eventos

Solución

para no sentirme solo en ciertas conversaciones.

porque no tengo medios para trasladarla.

para poder despreocuparme de esa búsqueda.

para poder ir más tranquila a los eventos.

para tener un mayor alcance y conseguir más socios

para no sentirme mal y aumentar mis amistades.

para poder seguir montando más eventos

para poder practicar rol en vivo y así desconectar.

para poder seguir manteniendo mi negocio a flote

para así agrandar el portfolio y que me vean trabajar y conseguir encargos.

Jobs to be done

Al tener que **crear contenido** nuevo constantemente me gustaría **estar informado** de todos los eventos para **poder despreocuparme** de esa búsqueda.

Como cada año **hay más competencia** en los eventos necesito que **mi evento** **aparezca el primero** en listas para **poder seguir montando** más eventos



Customer Journey



Antonio Castillo

Necesita un lugar donde publicitarse de manera barata y llegar a un público mayor. De esta manera poder seguir creciendo.



Sergio Manzano

Necesita estar informado a la última de toda la información sobre otros eventos y subculturas.



Marta Martinez

Necesita un lugar donde darse a conocer y estar informada con tiempo de los eventos para poder planificarse y asistir a ellos.



Antonio Castillo

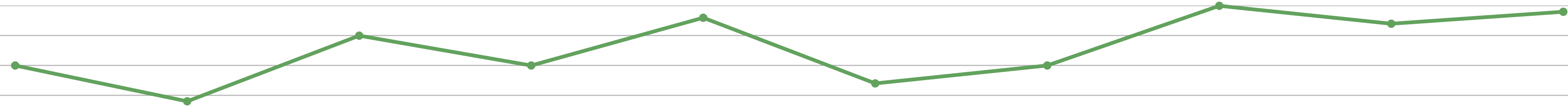
Es un hombre de 25 años hecho a sí mismo. A esa corta edad tiene su propio negocio solo que no esta en la mejor ubicación y con los tiempos que corren necesita llegar a más clientes, porque aunque tiene grandes clientes fieles no es lo suficiente para mantenerse sin estar sufriendo a final de mes, ni ver que no puede expandirse por falta de recursos.

WORK

Necesita un lugar donde publicitarse de manera barata y llegar a un público mayor. De esta manera poder seguir creciendo.



Hablando con un cliente al cerrar la tienda éste le habla de la app.	Camino a casa se descarga la versión gratis de la app para cotillearla.	Nada más abrirla le da la opción de usuario o empresa y elige empresa aunque le gustaría ver la otra parte	Aparece un onboarding de varias pantallas que le explica como sacar partido a la app como empresa	Crea un perfil de la tienda y sube un par de fotos. Ve que puede personalizarlo y le gusta.	Al acabar su perfil le salta la posibilidad de subir de nivel a uno de pago y de poner un anuncio. Opta por seguir sin hacerlo	Cierra la app y entra en casa para acabar su día	Al día siguiente se despierta y tiene un par de alertas en la app de emails de contacto preguntando por telas de la tienda.	Los contesta y se va a la tienda para abrirla.	Ahora tiene el tlf con sonido en la tienda y de vez en cuando le llegan email para hacer pedidos.
--	---	--	---	---	--	--	---	--	---



No le gusta que haya una versión de pago.				Piensa que si hay versión de pago es que se esta perdiendo posibilidades.	Piensa si merecerá la pena usar la versión de pago.			Le da vueltas a si merecería la versión de pago al ver los resultados.
---	--	--	--	---	---	--	--	--

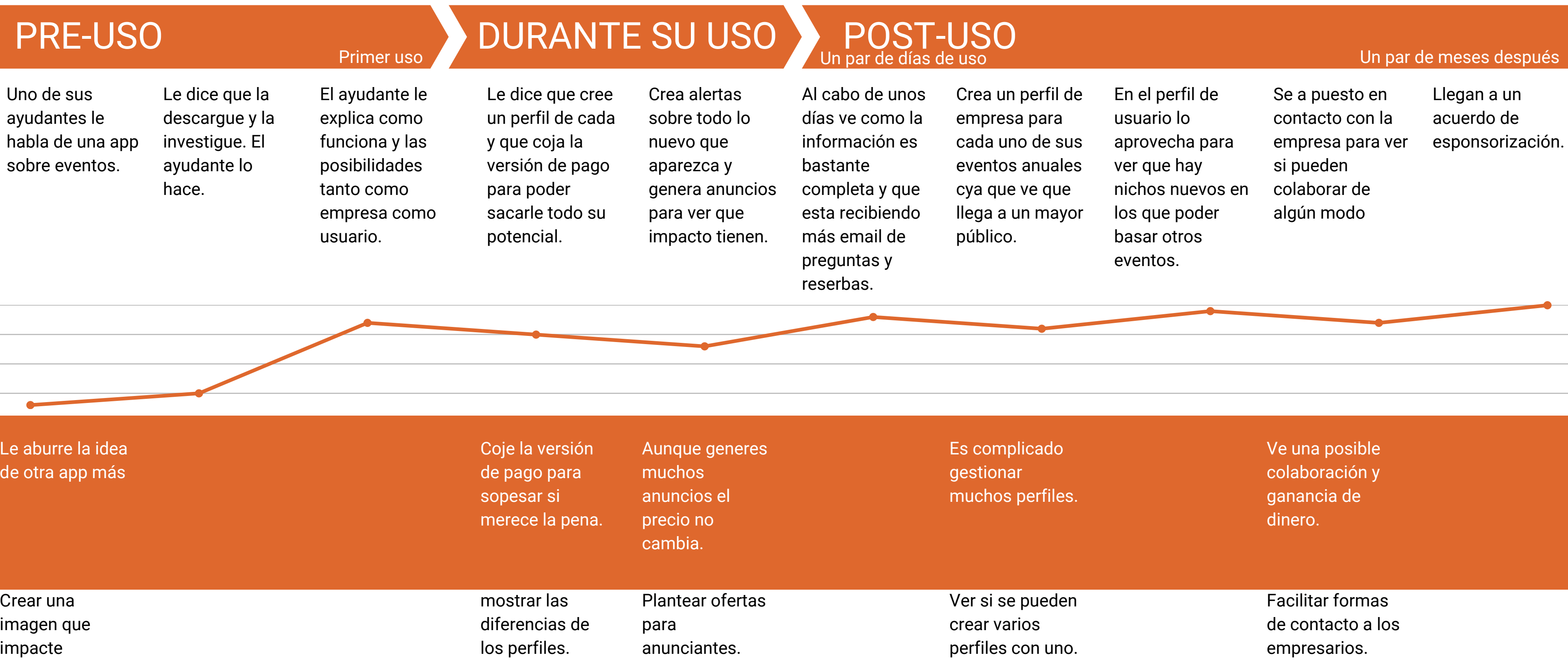
Publicitar de manera no agresiva		Un onboarding sencillo y claro		Enseñar diferencias				recordar de vez en cuando la versión de pago
----------------------------------	--	--------------------------------	--	---------------------	--	--	--	--



Sergio Manzano

Es un hombre de 47 años con mucha experiencia en el mundo de los eventos pero que empieza a ver como las nuevas generaciones le pisan el terreno. Estas generaciones le tienen como referente pero cada vez le cuesta más estar en la cresta de la ola y empieza a cansarse.

Necesita estar informado a la última de toda la información sobre otros eventos y subculturas.

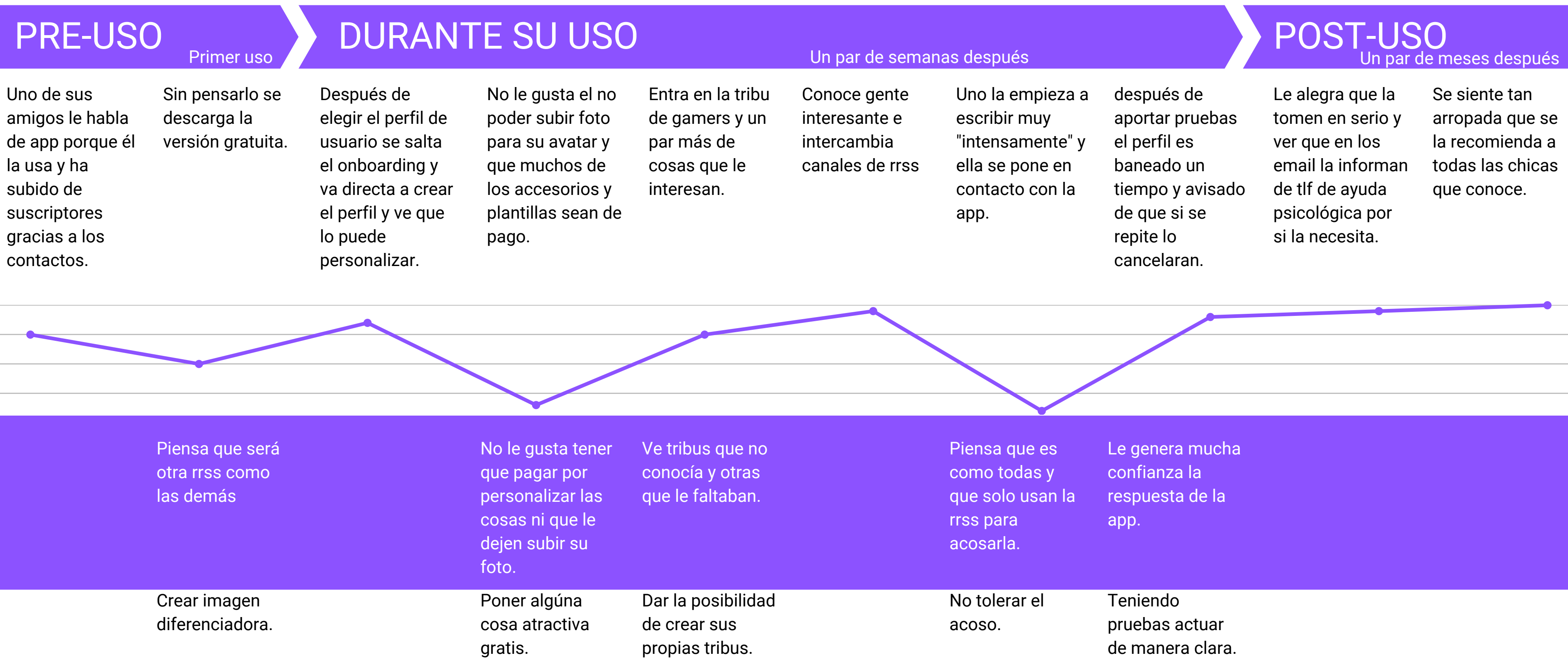




Marta Martinez

Cica de 17 años de un pueblo cercano a Vigo. En su entorno no conoce chicas gamer y sus amigos en la mayoría son chicos. Intenta hacerse un hueco en un mundo que esta dominado por hombres y desde un sitio que tampoco es de fácil acceso a reuniones o eventos físicos.

Necesita un lugar donde darse a conocer y estar informada con tiempo de los eventos para poder planificarse y asistir a ellos.



GRACIAS

