

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ANALISTA DE SISTEMAS
ANALISTA DE SISTEMAS
TÉCNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO**

TEMA

Desarrollo e Implementación de un Sitio Web para una Red
Social “www.despechados.com.ec”

MANUAL DE USUARIO

AUTORES

ALFREDO FERNANDO BORJA SUCO
DANIEL ENRIQUE RUIZ RAMOS
MARÍA AUXILIDIADORA SALVADOR GÓMEZ

DIRECTOR

LCDO. ALEX ESPINOZA

AÑO
2009

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a mi familia por su apoyo incondicional, el mismo que me dio las fuerzas necesarias para culminar con la carrera, agradezco también a los profesores, por los conocimientos y las experiencias que recibí y compartí a lo largo de estos años.

Alfredo Borja Suco.

AGRADECIMIENTO

El presente proyecto va dedicado con mucho afecto a toda mi familia, por ser un pilar fundamental en mi vida.

Daniel Enrique Ruiz Ramos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia, por preocuparse por mi bienestar durante toda mi carrera y ser la fuente de aliento en cada paso de vida.

María Auxiliadora Salvador Gómez.

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis a los seres que más amo, mi familia, por ser la fuente de mi inspiración y sobre todo de motivación para superarme cada día más y así poder luchar cada día por una vida mejor.

Alfredo Fernando Borja Suco

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mi familia de todo corazón, por su cariño y comprensión en todo momento.

Daniel Enrique Ruiz Ramos.

DEDICATORIA

Agradezco a Dios y a mi familia que con su apoyo incondicional ha hecho posible que este proyecto se lleve a cabo.

María Auxiliadora Salvador Gómez.

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este proyecto Grado, corresponde exclusivamente a los autores; y el patrimonio intelectual del mismo a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Alfredo Borja Suco

Daniel Ruiz ramos

María Salvador Gómez

TRIBUNAL DE GRADO

Lcdo. Alex Espinoza
DIRECTOR DE TESIS

Mae. Ruth Matovelle
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

ÍNDICE GENERAL

Pág.

RESUMEN EJECUTIVO

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE PROYECTO

1.1 Generalidades	1
1.2 Antecedentes.....	2
1.3 Importancia del estudio.....	3
1.4 Objetivos.....	4
1.4.1 Objetivo general.....	4
1.4.2 Objetivo específico.....	4

CAPÍTULO 2

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 Perspectivas de la Investigación.....	1
2.2 Planteamiento del Problema.....	1
2.3 Objetivos de la Investigación de Mercado.....	1
2.3.1 Metodología de la investigación.....	2
2.3.2 Encuesta.....	2
2.3.3 Entrevistas.....	3
2.3.4 Recopilación de datos secundarios.....	3
2.3.5 Universo del estudio.....	18

2.3.6 Se empleo un instrumento cuantitativo.....	18
2.3.7 Método de muestreo.....	18
2.3.8 Tipos de estudio.....	18
2.3.9 Diseño de instrumento a utilizarse.....	18
2.3.10 Proceso de investigación de mercado.....	19
2.3.11 Unidad de análisis.....	20
2.3.12 Entrevista previa a las encuestas.....	20
2.4 Perfil del consumidor.....	21
2.5. Plan de Muestreo.....	21
2.6. Diseño de la Encuesta.....	22
2.6.1 Métodos: Encuesta personal.....	22
2.6.2 Trabajo de campo.....	23
2.6.3 Encuesta piloto.....	23
2.6.4 Encuesta definitiva.....	23
2.7. Presentación de Resultados.....	28

CAPÍTULO 3

PLAN DE MARKETING

3.1. Antecedentes.....	1
3.2. Objetivos del Plan de Marketing.....	1
3.2.1 Misión.....	1
3.2.2 Visión.....	2
3.2.3 Nombre de la empresa.....	2

3.2.4 Planteamiento de los Objetivos del Marketing.....	2
3.2.4.1 Objetivos General.....	2
3.2.4.2 Objetivos Específicos.....	2
3.3 Análisis Estratégico.....	3
3.3.1 Análisis FODA.....	3
3.3.2 Fortaleza.....	3
3.3.3 Oportunidad.....	4
3.3.4 Debilidades.....	4
3.3.5 Amenazas.....	4
3.4. Segmentación del Mercado.....	4
3.4.1 Segmentación demográfica.....	5
3.4.2 Segmentación Psicográfica.....	5
3.4.3 Clases sociales.....	5
3.5. Mercado Meta.....	6
3.6. Posicionamiento.....	6
3.7. Marketing Mix.....	7
3.7.1 Producto.....	8
3.7.2 Precio.....	10
3.7.3 Comunicación y Promoción.....	11
3.7.4 Publicidad.....	12

CAPÍTULO 4

ESTUDIO TECNICO

4.1. Antecedentes Económicos.....	1
4.2. Ingeniería de la Producción del Producto.....	1
4.3. Tamaño del proyecto.....	9
4.4. MER.....	11

CAPÍTULO 5

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1. Trabajadores por área.....	1
5.2. Organigrama.....	4

CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Presupuesto de Inversión, Costos y Gastos.....	1
6.2 Resultado de situación financiera.....	6

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones.....	1
7.2. Recomendaciones.....	1

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta realizada.....	1
----------------------------------	---

Anexo 2. Registro del dominio.....6

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE DE FIGURAS

Capítulo 2

Figura 2-1: Página Web http://www.myspace.com	4
Figura 2-2: Página Web http://dejaboo.net	5
Figura 2-3: Página Web http://www.octopop.com	6
Figura 2-4: Página Web http://www.yuglo.com	7
Figura 2-5: Página Web http://www.hi5.com	8
Figura 2-6: Página Web http://www.myyearbook.com	9
Figura 2-7: Página Web http://www.facebook.com	10
Figura 2-8: Página Web http://www.directflirt.com	11
Figura 2-9: Página Web http://www.psicofxp.com	12
Figura 2-10: Página Web http://www.badoo.com	13
Figura 2-11: Página Web http://www.sordos.com	14
Figura 2-12: Página Web http://www.yunu.com	15
Figura 2-13: Página Web http://www.parship.com	16
Figura 2-14: Página Web http://www.sexyono.com	17
Figura 2-15: Gráfico Estadístico de Creación página Despechados.com.....	28
Figura 2-16: Gráfico Estadístico de Consejos en Internet sobre personas despechadas.....	29
Figura 2-17: Gráfico Estadístico de Uso de internet como medio de información.....	30
Figura 2-18: Gráfico Estadístico Página Web que contenga información sobre problemas sentimentales.....	31
Figura 2-19: Gráfico Estadístico de Recibir consejos por medio de sitio.....	32
Figura 2-20: Gráfico Estadístico sobre aportar información personal para formar parte de comunidad virtual.....	33
Figura 2-21: Gráfico Estadístico sobre formar parte de comunidad virtual www.despechados.com	34

Figura 2-22: Gráfico Estadístico experiencia de buscar información en Internet.....	35
Figura 2-23: Gráfico Estadístico de Frecuencia con que utilizaría el servicio.....	36
Figura 2-24: Gráfico Estadístico sobre difundir a sus amistades sobre sitio Web.....	37

Capítulo 3

Figura 3-1: Logo www.despechados.com.ec.....	2
Figura 3-2: Camiseta Blanca.....	13
Figura 3-3: Camiseta Negra.....	14
Figura 3-4: Camiseta Azul.....	14
Figura 3-4: Gorra.....	15
Figura 3-5: Bolígrafo.....	15
Figura 3-6: Lápiz.....	16
Figura 3-7: Llavero.....	16

Capítulo 4

Figura 4-1: Suscripción y registro.....	5
Figura 4-2: Página de Inicio.....	6
Figura 4-3: Perfil de usuario.....	7
Figura 4-4: Productos.....	8
Figura 4-5: Mer.....	11

Capítulo 5

Figura 5-1: Organigrama página Web.....	
---	--

ÍNDICE DE TABLAS

Capítulo 2

Tabla 2-1: Creación página Despechados.com.....	28
Tabla 2-2: Consejos en Internet sobre personas despechadas.....	29
Tabla 2-3: Uso de Internet como medio de información.....	29
Tabla 2-4: Página Web que contenga información sobre problemas sentimentales.....	30
Tabla 2-5: Recibir consejos por medio de sitio.....	31
Tabla 2-6: Aportar información personal para formar parte de comunidad virtual.....	32
Tabla 2-7: Formar parte de comunidad virtual www.despechados.com.....	33
Tabla 2-8: Experiencia de buscar información en Internet.....	34
Tabla 2-9: Frecuencia con que utilizaría el servicio.....	35
Tabla 2-10: Difundir a sus amistades sobre sitio Web.....	36

Capítulo 3

Tabla 3-1: Precio sobre servicio directorio web.....	10
Tabla 3-2: Precio de Banners.....	11

Capítulo 6

Tabla 6-1: Inversión inicial de productos.....	1
Tabla 6-2: Inversión inicial de equipos de oficina.....	1
Tabla 6-3: Gastos Fijos.....	2
Tabla 6-4: Total inversión inicial.....	2
Tabla 6-5: Gastos fijos después desarrollo e implementación.....	3
Tabla 6-6: Ingresos por productos.....	3
Tabla 6-7: Ingresos por servicios.....	4
Tabla 6-8: Total ingresos por productos y servicios.....	4

Tabla 6-9: Flujo de caja.....5

RESUMEN EJECUTIVO FINAL

A continuación se presenta un breve análisis de nuestra propuesta, esta consiste en el desarrollo de un sitio Web con el comportamiento de una red social.

El pertenecer hoy en día a una de estas redes sociales, como Facebook, Hi5, Myspace, entre otras, es casi una necesidad para los usuarios que se conectan a este tipo de redes, el ingresar diariamente a sus perfiles, subir fotos, comentar en los perfiles de sus amigos, publicar estados, etc. o simplemente ingresar al perfil de algún contacto para enterarse de los últimos acontecimientos o eventos que se publican en estos sitios de encuentro social, se ha vuelto algo muy común. Las personas quieren sentirse famosas y el tener su perfil publicado en la red los hace ser reconocido por cualquier persona en algún punto del planeta.

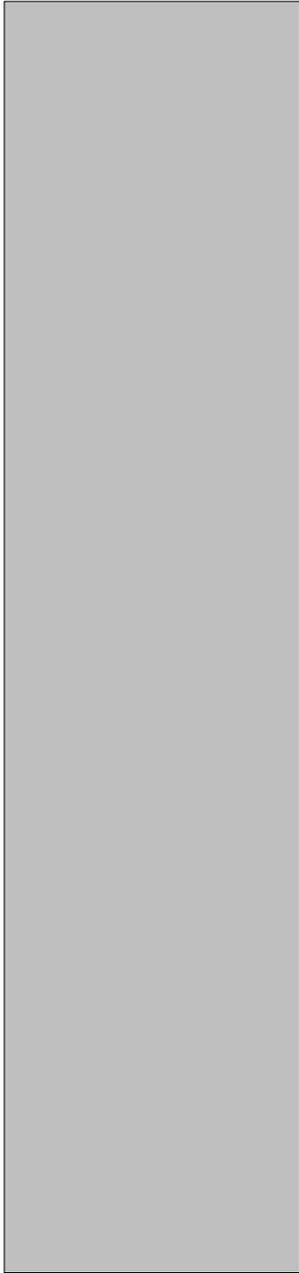
Datos estadísticos muestran que en países de Europa, Asia y América las redes sociales siguen creciendo y son productos de consumo popular, debido a estos datos, la publicidad está utilizando estos medios sociales para enfocar su presupuesto. La empresa Facebook es hoy la quinta compañía norteamericana más valorada de Internet con sus 50 millones de usuarios en todo el mundo y con un valor de 15 mil millones de dólares y Twitter no se queda atrás ya que también está entrando con mucha fuerza en el mundo de las redes sociales.

Por lo tanto hemos encontrado un mercado en crecimiento, como son las redes sociales y uno que no ha sido explotado, como lo es un sitio para personas con problemas sentimentales despechadas, la combinación de estas dos variables y con los servicios que le dan un gran valor agregado, convierten a nuestro proyecto en una alternativa de gran éxito, prueba de eso, lo encontramos en los resultados de la investigación realizada en esta propuesta, que indica un alto grado de aceptación en las personas, un 78.33% de los encuestados quisieran pertenecer a nuestra red social.

Nuestro proyecto tiene como dominio www.despechados.com.ec, en el que los usuarios podrán registrarse, crear un perfil con fotos, compartir información con otros miembros del grupo, acceder a información actual sobre cómo combatir el despecho, servicios de directorio (psicólogos, restaurantes, hoteles, etc).

Aproximadamente para el lanzamiento de este proyecto se requerirá de un monto de inversión de \$24,000. En un periodo de 10 meses se podrá recuperar la inversión, será auto sustentable al periodo de un año y en este lapso podremos observar que tendremos nuestro punto de retorno y además una considerable utilidad; luego del año sus ganancias crecerán vertiginosamente, ya que nuestro sitio será el punto de atracción para las empresas por el tráfico de usuarios que generará, por esto desearán publicitarse y formar parte de nuestra red social.

Después de todo lo mencionado, podemos concluir que es un proyecto potencial de inversión, ya que entrega resultados favorables, y con posibilidades de nuevas áreas de negocios y mercadeo.



CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO



CAPÍTULO 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 Generalidades

Para este proyecto se ha decidido crear un portal de Internet llamado www.despechados.com.ec, el cual funcionará como un medio de intercambio dinámico de información, entre aquellas personas que desean contar sus historias de desamor al resto de los usuarios y así poder desahogarse, siendo el Internet, para ellos, unos de los primeros medios para interrelacionarse, hacer amigos y confidentes.

Estará dirigido principalmente a los jóvenes que son atraídos por las redes sociales porque les ayuda a crear, construir y sedimentar su identidad en un campo de pruebas en el que pueden experimentar distintas identidades; y así sentirse más cómodos.

Las nuevas estrellas de Silicon Valley son las empresas de redes sociales juveniles, como Myspace.com, Facebook.com o Youtube.com, que han vuelto a atraer a los inversores financieros al campo de la informática.¹

El sistema es abierto y se va construyendo con lo que cada suscripto a la red aporta, el intervenir en una red social empieza por hallar allí otros símiles con quienes compartir intereses, preocupaciones o necesidades y de ahí el gran interés de toda la energía que le da vida a los grupos humanos que conforman esas redes.

Recientemente se publicó el crecimiento de la red social Facebook, la mayor red social por Internet del mundo, dijo el martes 15 de septiembre de 2009 que logró flujo de caja libre positivo antes de lo previsto y anunció que ya tiene 300 millones de usuarios.

Esto implica suficiente efectivo para cubrir sus gastos operativos, así como los gastos de capital necesarios para mantener la tecnología que impulsa su servicio de crecimiento.

Los analistas dijeron que esto muestra la viabilidad financiera de Facebook que ha enfrentado cuestionamientos sobre su modelo de negocio².

1: Información obtenida del sitio www.tempocomunicaciones.cl/

2: Información obtenida del sitio:

<http://www.eluniverso.com/2009/09/16/1/1431/facebook-ya-tiene-millones-usuarios.html?p=1354&m=1643>

Actualmente no existe a nivel de Latinoamérica un sitio Web o redes sociales dedicadas a las personas cuando se encuentran en un momento de crisis debido a una decepción amorosa como es el despecho. Básicamente en nuestra investigación encontramos sólo una página anglosajona dedicada a este tipo de problemas y vemos la necesidad de que las personas de habla hispana tengan su propio portal en el cual puedan desahogarse.

El sitio Web Despechados.com permitirá a los usuarios contar sus historias personales, participar dando consejos a otros usuarios, recibir ayuda psicológica y consejos del especialista, tips y recomendaciones para la depresión, búsqueda de usuarios, salas de chat, foros, videos y mucho más.

1.2 Antecedentes

De acuerdo con la definición de redes sociales, el primer sitio reconocido de red social se lanzó en 1997: SixDegrees.com que permite a los usuarios crear perfiles, lista de sus amigos y, a partir de 1998, navegar por listas de amigos. Cada una de estas características de alguna forma existía antes de SixDegrees, por supuesto.

Classmates.com permitía afiliarse con su escuela secundaria o universidad y navegar por la red de otros que también estuviesen afiliados, pero los usuarios no pudieron crear perfiles o listas de amigos hasta años más tarde.

De 1997 a 2001, una serie de herramientas de comunidad empezaron a apoyar diversas combinaciones de perfiles y amigos articulados públicamente. AsianAvenue, BlackPlanet, y MiGente permitían a los usuarios crear perfiles personales, profesionales y datos, los usuarios podían identificar a amigos en sus perfiles personales.

En el 2002 Friendster se lanzó como un complemento social. Fue diseñada para competir con Match.com, un rentable sitio de citas online (Cohen, 2003). La mayoría de los sitios de citas se centraron en la presentación de personas a desconocidos con intereses similares.¹

¹ <http://gabinetedeinformatica.net>

Básicamente el funcionamiento comienza cuando una vez montado el soporte técnico, un grupo de iniciadores invitan a amigos y conocidos a formar parte de la red social, cada miembro nuevo puede traer consigo muchos usuarios más.

Este servicio basado en Internet que permite a los individuos construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema, permite crear una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver su lista dentro del sistema.

Páginas como Friendster, MySpace, Facebook, hoy en día son en el panorama empresarial, cultural y de investigación de la informática un negocio lucrativo, y en crecimiento.

Herramientas de las redes sociales

Las herramientas de redes sociales en Internet son:

- * Construir un perfil público, semipúblico o privado
- * Interactuar con otros usuarios con los que comparten una conexión
- * Ver y transitar su lista de las conexiones y de las hechas por otros, dentro del sistema.

1.3. Importancia del Estudio

Debido a la demanda que tiene hoy en día, el pertenecer a una red social, se ha convertido en la actualidad en una necesidad más. Lo que hace a sitios de red social únicos no es que permiten a las personas encontrarse con desconocidos, sino que permiten a los usuarios integrar y hacer visibles sus redes sociales.

Esto puede resultar beneficioso entre las personas que de otro modo no podrían hacerlo, por ello es que nuestra propuesta tiene un mercado potencial y con interesantes proyecciones.

El portal www.despechados.com.ec, buscara ser un medio para conocer personas que estén buscando otras en situaciones similares, y que mediante la interacción, dialogo, foros y chat puedan sentirse apoyados y comprendidos por personas afines.

Además a través de nuestro portal tendremos un especialista que dará recomendaciones y consejos para las personas que necesiten ayuda. Este portal tendrá mucha acogida, pues este tipo de tópicos no han sido explotados y vamos a ser pioneros en los países de habla hispana.

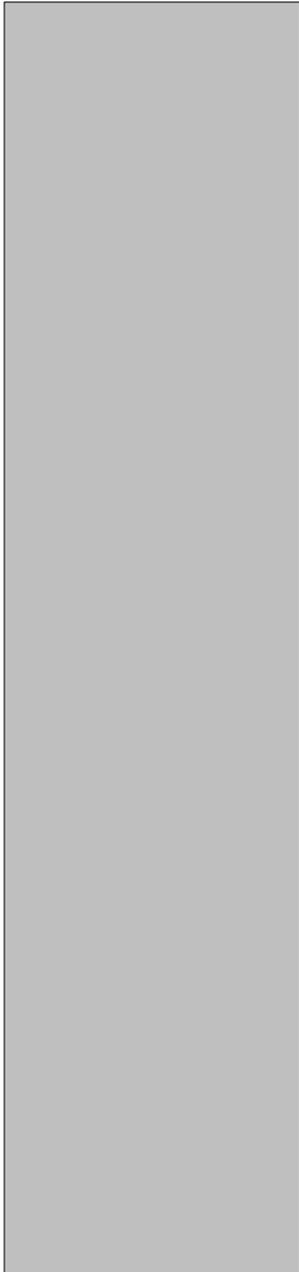
1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Constituir una red social de personas que necesiten y participen con intereses similares.

1.4.2 Objetivos Específicos

- El primer objetivo es darle a los usuarios una manera de estar en contacto con personas en situaciones similares.
- El poder participar de foros, chats donde pueden hacer amigos, subir comentarios, etc.
- Acceder a información acerca de temas similares, destacar o recomendar páginas Web creadas por individuos reconocidos o familiares.
- El poder mantener la información del perfil totalmente confidencial si así el usuario lo solicitara.
- Comercializar artículos publicitarios de www.despechados.com.ec con nuestro logotipo por medio de nuestra página y así obtener un ingreso adicional.



CAPÍTULO 2

INVESTIGACIÓN DE MERCADO



CAPÍTULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1. Perspectivas de la Investigación

Con la investigación que se realiza, se espera obtener una gran cantidad de información sobre el interés de las personas hacia una red social y en este caso que posean información para personas despechadas, de esta manera buscamos posicionarnos en la mente de los usuarios como la primera red social para despechados en nuestro medio. Como red social tenemos la perspectiva de crear vínculos entre personas que tengan algún problema sentimental y se sientan despechados, para que interactúen intercambiando opiniones.

2.2 Planteamiento del Problema

Uno de los principales problemas a nivel mundial es la falta de información sobre como resolver problemas cuando están despechados. Existen muchas personas con problemas personales que le ocasionan un despecho y que se toman fotos y las colocan en alguna red social como Sonico, Facebook, Twitter, etc, pero no existe un sitio donde específicamente sea para usuarios con problemas sentimentales. Por esta causa, la creación de una red social para despechados, en la que los usuarios puedan crear sus perfiles subiendo fotos con sus respectivos comentarios, permitirá recibir información de las mismas y datos sobre cómo resolver sus problemas, por medio de ayuda profesional, ya que en la Web no existe un sitio que se enfoque a personas despechadas reuniendo todas los servicios que ofrecemos.

2.3. Objetivos de la Investigación de Mercado

El objetivo de esta investigación está orientado a determinar aspectos generales y específicos de nuestra red social la misma que nos permitirá conocer y evaluar los intereses de los usuarios hacia sitios que contengan información para despechados.

La planificación de los servicios que logrará “www.despechados.com.ec” surge de las necesidades que expresaron nuestros encuestados durante la investigación de mercado y estas se convirtieron en objetivos de estudios los cuales son:

- El sitio tendrá acceso a un directorio de psicólogos, para contactarlos de una manera más fácil.
- Información acerca de como resolver problemas sentimentales.
- Información sobre historias y anécdotas de despechados.

2.3.1 Metodología de la investigación

La metodología de investigación a seguir consistirá en definir nuestro grupo específico de usuarios y así obtener mejores resultados permitiéndonos establecer los gustos y preferencias de nuestros servicios, esto nos ayudará a plantear estrategias de marketing con el fin de dinamizar la demanda del proyecto en este caso, la red social Despechados.

Las fuentes que se han empleado en el transcurso de la investigación son:

2.3.2 Encuesta

Escogeremos una parte de la población, que serian usuarios de redes sociales, donde se estimará la representación de la población total. Se realizará una serie de encuestas a personas que tengan acceso a Internet y que gusten de las redes sociales, donde obtendremos información de cuáles son sus preferencias, intereses y que servicios desean que tenga nuestro sitio, con el fin de aportar con datos de interés, de manera que nuestra red social cubra todas las necesidades de sus futuros usuarios.

2.3.3 Entrevistas

Mantendremos diálogos con los psicólogos para que nos aporten con temas de interés para el sitio y consejos para personas con problemas sentimentales.

Nos contactaremos con psicólogos y empresas en general para que publiciten en nuestro sitio, así ellos logran incrementar sus ventas y a la vez nosotros beneficiarnos económicamente como sitio.

2.3.4 Recopilación de datos secundarios

Obtendremos datos secundarios a través de otros sitios similares de redes sociales ya existentes, para tener de referencia de cómo han sido creadas estas páginas y cuáles son los temas de mayor acogida, los servicios que ofrecen y que es lo que hace que las redes sociales tengan mucho éxito en la actualidad.

A continuación presentamos una muestra de las diferentes redes sociales similares que existen en la Web:

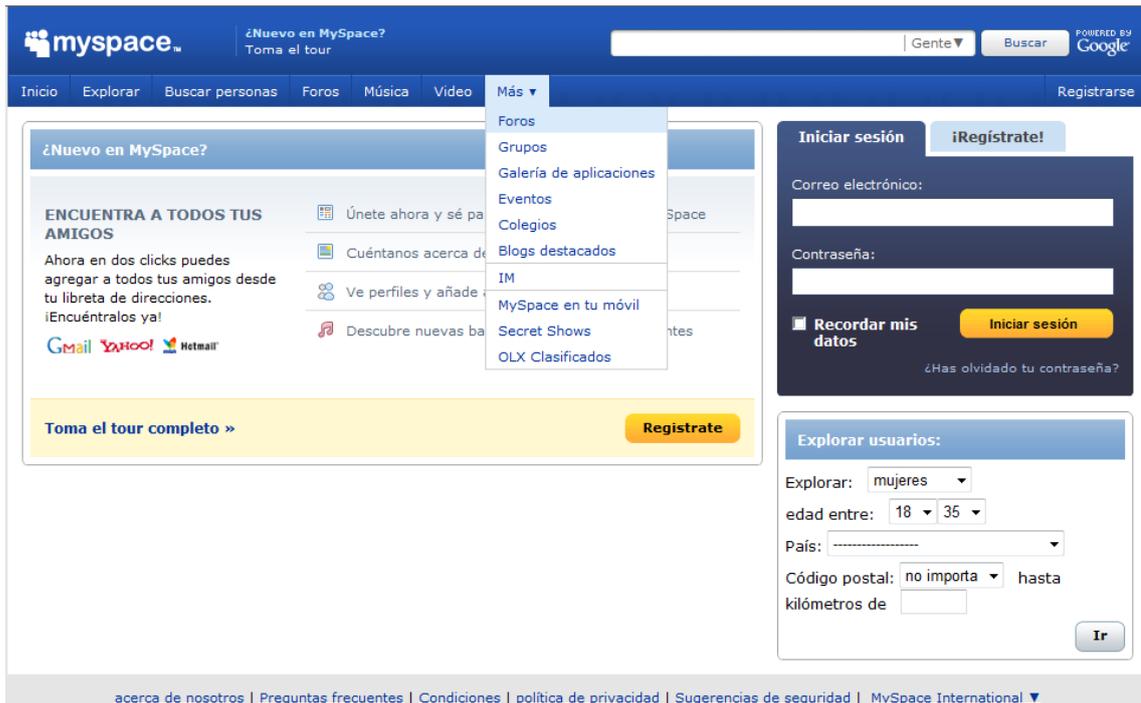


Figura 2-1: Página Web <http://www.myspace.com>

- Red social para todo tipo de personas.
- Foros de discusión.
- Grupos.
- Galerías de aplicaciones.
- Eventos.
- Blogs destacados.

dejaboo BETA

¿Ya eres usuario? Login

¿No eres usuario? Regístrate

Inicio DB Now! DB Live!

Buscador

Últimas búsquedas: blog sexo, EL CORTE INGLES, knocked up, reseña cinematográfica voces inocentes, morrisey, oaspa, señor anillos, mundodisco, ...

Dejaboo es el lugar para **intercambiar** opiniones y **conocer** nuevas obras de música, cine, literatura. Haz una reseña, **opina** sobre una o conoce a gente con intereses comunes.

Últimas Reseñas

La imagen, Claudio Serra ...	Sofía Calvo
Táctica y estrategia, Mar...	Sofía Calvo
Recuperar la risa, ensayar...	Sofía Calvo
Los Grandes de Hitler, Pa...	Atoart
El poder del ahora, Eckhar...	Marc Vidal
Primeros pasos para la tel...	Zalitto
Calle de las tiendas oscur...	Megsevilla
Animatorio Universal del p...	Captain Miller
Muerto hasta el anochecer...	Mymi
Flores en el ático, V.C.A...	Mymi

Blog

02/09/2007
Dejaboo en abierto (¡oh!)

27/07/2007
Los independientes que se venden al capital

05/07/2007
Avances de la próxima versión de Dejaboo

28/06/2007
Las escenas más ridículas de las películas de acción

19/06/2007
El cine, de huelga

La casa de las dagas voladoras, Zhang Yimou (2004)
2 reseñas
[¡Escribe tu reseña!](#)

Scoop, Woody Allen (2006)
6 reseñas
[¡Escribe tu reseña!](#)

Sin City, Robert Rodriguez (2005)
1 reseña
[¡Escribe tu reseña!](#)

¿Qué es Dejaboo? - Blog de Dejaboo - Foros - RSS - Contactar
Dejaboo - Red social de cultura y entretenimiento - 2006-2009

Figura 2-2: Página Web http://dejaboo.net

- Crear notas.
- Últimas reseñas.
- Intercambiar nuevas obras de cine, música literatura.
- Foros

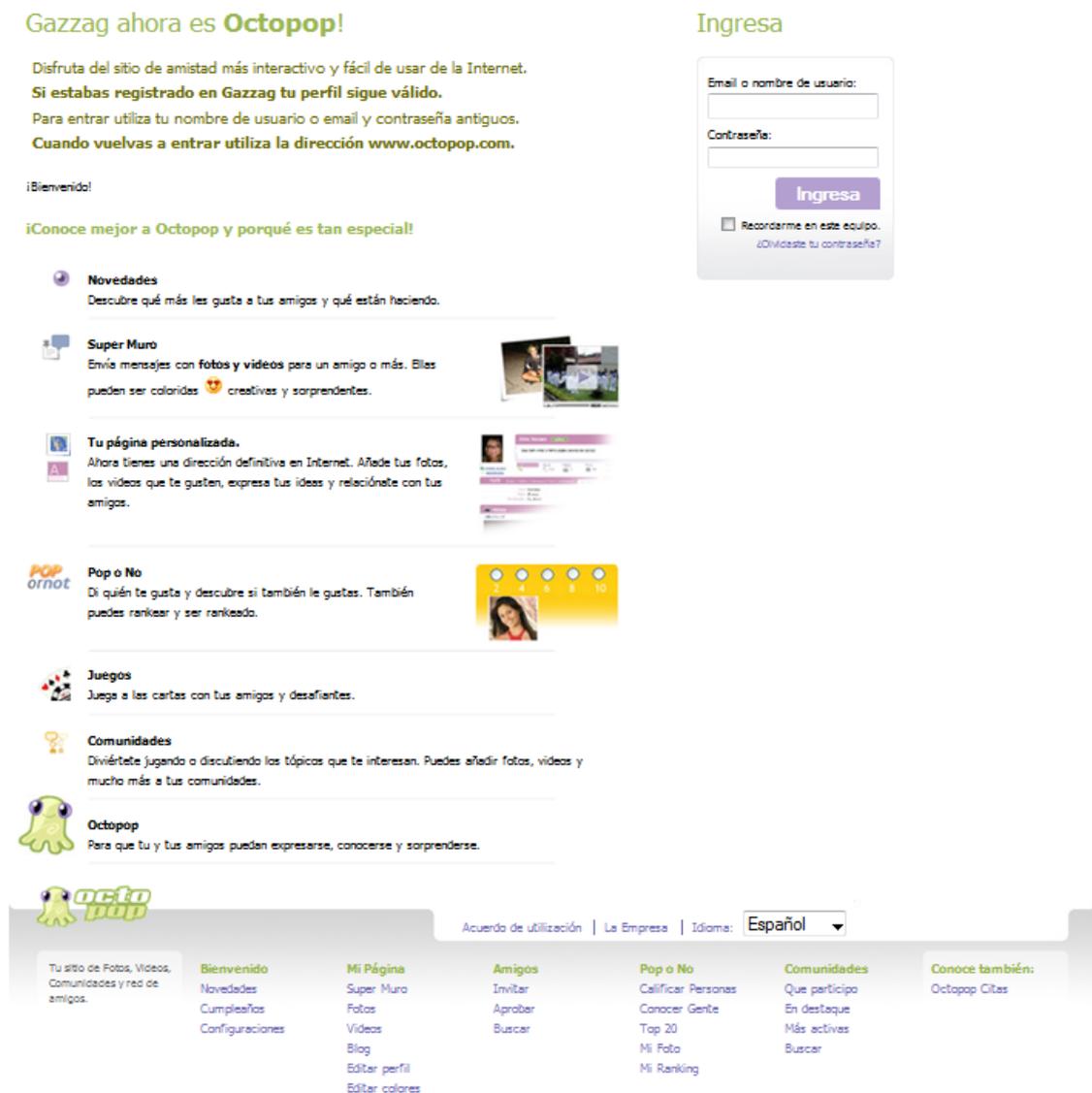


Figura 2-3: Página Web <http://www.octopop.com>

- Apartado de cumpleaños.
- Fotos.
- Videos.
- Foros.
- Calificar personas.
- Top 20.
- Mi ranking.
- Citas.



Figura 2-4: Página Web <http://www.yuglo.com>

- Galerías.
- Videos.
- Chat.
- Agenda Cultural.
- Foros.
- Radio.

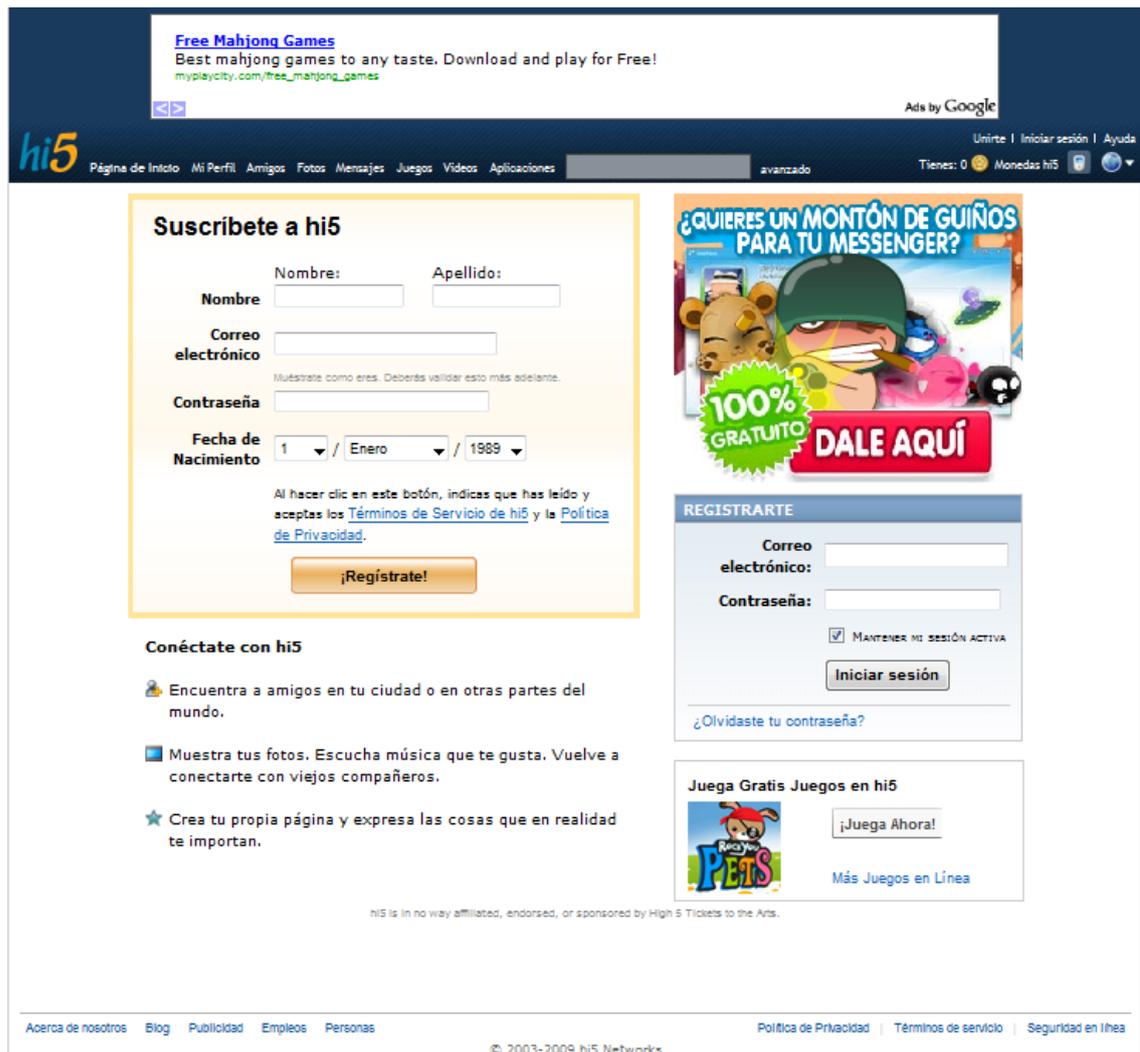


Figura 2-5: Página Web <http://www.hi5.com>

- Foros.
- Videos.
- Diario de recortes.
- Grupos.
- Aplicaciones.
- Galerías de imágenes.



Figura 2-6: Página Web <http://www.myyearbook.com>

- Foros.
- Galerías de imágenes.
- Aplicaciones.
- TV.
- Videos.
- Grupos.



Figura 2-7: Página Web <http://www.facebook.com>

- Foros.
- Galería de imágenes.
- Enlaces.
- Compartir archivos.
- Sugerencias.
- Videos.
- Notas.
- Invitación a eventos varios.



Figura 2-8: Página Web <http://www.directflirt.com>

- Búsqueda rápida de personas.
- Video chat.
- Gratuito.
- Se diferencia de otros programas porque no se realiza por una Web sino por un programa de mensajería instantánea que primero se debe descargar.

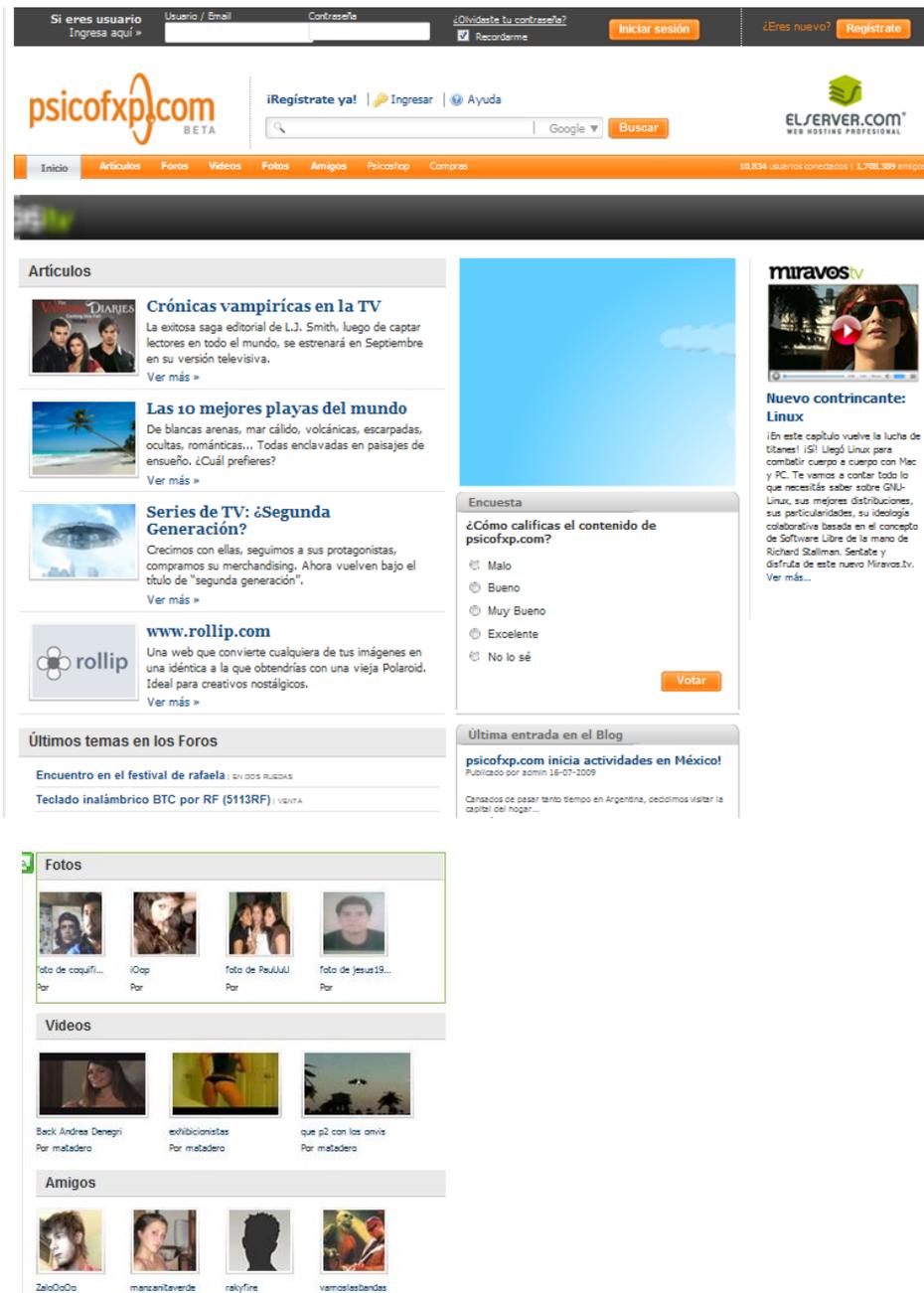


Figura 2-9: Página Web http://www.psicofxp.com

- Artículos
- Foros
- Videos
- Fotos
- Encuestas



Figura 2-10: Página Web <http://www.badoo.com>

- Sitio social creado en Londres.
- Fotos
- Videos
- Foros
- Construye redes de amigos.
- Los usuarios pueden crear audiencias para si mismos o sus trabajos.
- Encuentras amigos viejos, nuevos y de cualquier lugar.

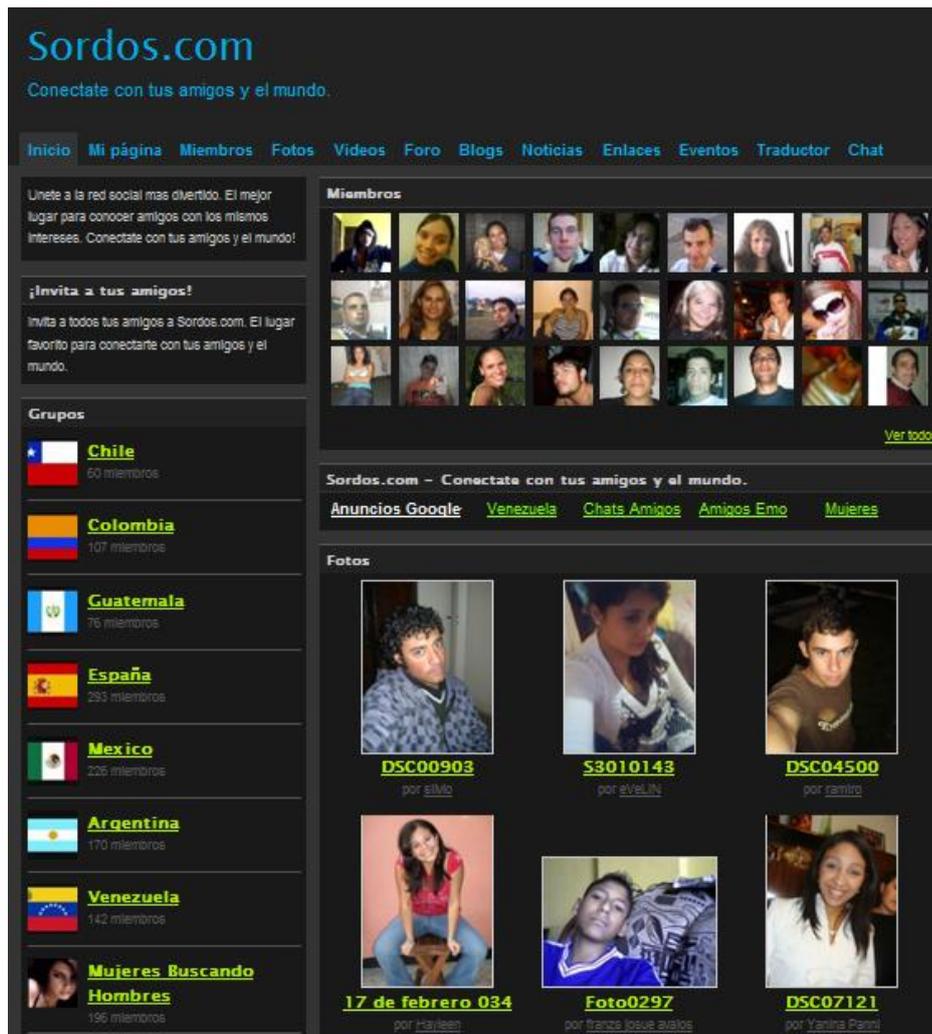


Figura 2-11: Página Web <http://www.sordos.com>

-
- Red social creada para sordos.
- Fotos.
- Videos.
- Foro.
- Blogs.
- Noticias.
- Traductor.
- Eventos.

¿Ya estás registrado?

Nick: Contraseña:

[Olvidé mi contraseña](#)

Yunu
el arte de seducir

Regístrate Gratis
y encuentra lo que buscas

Nick (Apodo)*:

E-mail*:

Contraseña*:

País*:

Provincia*:

Fecha de nacimiento*:

Soy*:

y busco*:

para* Amistad Amor Sexo

*Certifico ser mayor de edad y haber leído y aceptado el [Aviso Legal](#) de Yunu.

Los campos con * son obligatorios

Figura 2-12: Página Web <http://www.yunu.com>

- Red número uno en España.
- Busca directamente que sexo y de qué edad prefieren los usuarios al ingresar.
- Fotos.
- Perfiles.
- Sistema exclusivo de alertas para saber quien ha visitado la pagina, dejado mensaje o varios.



Figura 2-13: Página Web <http://www.parship.com>

-
- Red social gratuita.
- Búsqueda de pareja por afinidad psicológica.
- Para ello se debe realizar un test de personalidad.
- Destinado específicamente para solteros que quieren conocer pareja.
- Hombres y mujeres pueden buscar pareja de su mismo sexo.
- Contiene perfiles, fotos, datos de usuarios.
- Cada usuario permite el acceso a los demás usuarios.

The screenshot shows the homepage of the website 'SEXY NO?'. At the top, there are navigation links: 'Conocer Amigos' (Join the largest university community in Iberoamerica), 'Encontrar Amigos' (Contacts from Latin America and other countries with photos), and 'Joe Snyder Bikinis T' (Ergonomic design for men's masculinity). Below these is a navigation bar with 'Calificar gente', 'Conocer gente', 'Grupos', 'TOP 20', and 'Sube tu foto'. The main content area features a registration prompt: '¿Eres nuevo? Regístrate YA! Sube tu foto, y comienza a medir tu ranking, conocer gente, buscar y hacer amigos'. There are also featured sites: 'Postales de Navidad' and 'metroBlog.com'. A large photo of a man in a blue jacket and cap is displayed under the heading 'Conóceme'. Below the photo is a sharing link: 'http://www.sexyono.com/r/?uid=wu2951276n'. A disclaimer states: 'Por favor mantén este sitio DIVERTIDO, SEGURO, y REAL. Haz click aquí si la foto es difusa, registrada, o es inapropiada. Así podrás divertirte, conocer gente y hacer amigos sin molestias.' At the bottom, a large call to action reads: 'Eres SEXY o NO? Sube tu foto y averigúalo!'.

Figura 2-14: Página Web <http://www.sexyono.com>

- Puedes subir fotos.
- Calificas a otros usuarios mediante sus fotos.
- Conocer amigos, gente nueva.
- Puedes unirte a grupos.

2.3.5 Universo del estudio

Se define al universo como “el conjunto de individuos u objetos de los cuales se desea conocer algo de interés en una investigación”. En el presente estudio se considerará a todas las personas que utilicen Internet como herramienta en sus labores cotidianas.

2.3.6 Se empleó un instrumento cuantitativo

Encuesta presencial aplicada a personas en general y por medio de correos electrónicos enviados por e-mail, para de esta manera obtener una medición controlada, para su posterior análisis estadístico.

2.3.7 Método de muestreo

El método a seguir es el muestreo por conveniencia. Este diseño de muestreo permite aplicar el criterio del encuestador en razón de poder escoger quien será encuestado hasta completar el tamaño de la muestra, para su posterior análisis estadístico.

2.3.8 Tipos de estudio

La investigación de campo se basó en el criterio cualitativo. El criterio cualitativo permite valorar diferentes aspectos de la investigación como son los gustos y las preferencias de los posibles usuarios de nuestra red social, el mismo que será de gran importancia en la elaboración del plan estratégico del proyecto.

2.3.9 Diseño de instrumento a utilizarse

Se delimitó como población para realizar el presente estudio a personas que utilizan Internet como herramienta diaria de información y que gustan de las redes sociales.

El diseño de investigación será descriptivo, debido a que describirá las características de una situación o mercado especial y determinar la frecuencia en que algo ocurra o se relaciona con otras cosas.

2.3.10 Proceso de investigación de mercado

El objetivo fue obtener información de fuentes primarias, ya que no existe un sitio de redes sociales para despechados con los servicios que se proponen ofrecer.

El estudio de mercado se ha orientado a partir de las siguientes necesidades críticas de información:

- Conocer los gustos y preferencias de los posibles usuarios.
- Probar que existen suficientes personas, que dada las características del proyecto presentan una demanda que justifican la puesta en marcha del proyecto.
- Identificar las amenazas y oportunidades del proyecto, partiendo de un estudio del uso actual de las redes sociales.
- Determinar los servicios que ofrecen otros sitios web de redes sociales que sean similares, para nosotros poder cubrir y superar sus expectativas como usuario.

Los resultados obtenidos en el estudio, permiten validar algunos requerimientos de los usuarios y así formular nuevos requerimientos para el proyecto. Con los resultados del estudio podemos dar comienzo a la fase de desarrollo de la red social Despechados.

Para el diseño de la investigación se hizo el siguiente listado de necesidades de investigación de mercado.

- Segmentación del mercado

- Estrategia de promoción de nuestro sitio
- Mecanismos de promoción para nuestro sitio
- Disponibilidad de servicios
- Determinar necesidades de información por parte de los usuarios

2.3.11 Unidad de análisis

Para la realización de esta investigación tenemos tres casos:

- Encuestas previas con los posibles usuarios, realizadas en diferentes zonas.
- Definición del problema y los objetivos de la investigación.
- Entrevistas con expertos en sistemas, para conocer con mayor detenimiento el manejo de las redes sociales y la tecnología que estos necesitan.

2.3.12 Entrevista previa a las encuestas

El instrumento utilizado como se mencionó anteriormente es la encuesta, la misma que se realizó entre el 20 y 31 de julio del 2009, respectivamente entre usuarios de redes sociales.

En la encuesta se combinaron preguntas abiertas y cerradas con el propósito de obtener mayor información acerca de los gustos y preferencias que tienen los posibles usuarios de nuestro sitio.

El objetivo de la encuesta, fue la de conocer los temas y servicios que podrían ser considerados a publicar en nuestro sitio.

Por lo que la investigación sirve de herramienta para obtener percepción, de cómo los usuarios aclaran sus necesidades a la hora de obtener un mejor servicio.

2.4 Perfil del consumidor

Nuestro proyecto, está dirigido a jóvenes que son atraídos por las redes sociales. La mayoría de las personas están familiarizadas con las redes sociales y es muy probable que las personas que tengan problemas sentimentales, pertenezcan a alguna de las tantas redes que existen en nuestro medio, por lo que detectamos que muy fácilmente se interesarían en nuestra propuesta, ya que nuestra red social sería exclusivamente para Despechados.

2.5. Plan de Muestreo

El investigador decide que elementos de la población pasan a formar parte de la muestra en función de la disponibilidad de los mismos.

Tomando en cuenta que no se tiene definida la cantidad del Universo de la población, se utilizará la fórmula Infinita para el cálculo del tamaño de la muestra.

La ecuación que se aplica el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{Z^2 (pq)}{D^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la Muestra

Z= Valor correspondiente a la distribución de Gauss

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

D= Máximo error permisible

De los cuales se asignaron los siguientes datos:

$$Z= 1.96$$

$$D= 0.05$$

$$p= 0.70$$

$$q= 0.30$$

Reemplazando:

$$n = (1.96)^2 \frac{(0.70 * 0.30)}{(0.05)^2}$$
$$n = (3.8416) \frac{(0.21)}{(0.0025)}$$
$$n = \mathbf{322.69}$$

Como resultado se obtiene un tamaño de la población de 322.69, redondeando la cifra 323 encuestas a realizar.

2.6. Diseño de la Encuesta

La encuesta se diseñó con base en las necesidades de información y los objetivos específicos del proyecto, de investigación de mercados.

Las áreas temáticas del cuestionario fueron:

- Información de las personas que pertenezcan a redes sociales.
- Servicios de ayuda profesional que se implementarían.

2.6.1 Métodos: Encuesta personal

Tipos de pregunta: Preguntas abiertas y cerradas

Duración de la encuesta: 8 minutos aproximadamente.

de encuestas: 323

2.6.2 Trabajo de campo

Al realizar un total de 323 encuestas la mayoría de las personas colaboraron sin dificultad y se interesaron mucho por el tema de una red social para Despechados.

2.6.3 Encuesta piloto

La encuesta piloto fue realizada a personas en general, en forma presencial y por correo electrónico.

2.6.4 Encuesta definitiva

En base a que este proyecto es una propuesta se ha realizado un total de 323 encuestas, para obtener un resultado representativo de la muestra.

Las encuestas fueron realizadas del 20 al 31 de julio, de la siguiente manera:

Vía correo electrónico se hicieron 203 encuestas.

A personas en general se hicieron 120 encuestas.

El modelo de cuestionario que se utilizó para llevar a cabo las encuestas es el siguiente:



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (EDCOM)
ENCUESTA PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN:
“PROPUESTA DE DESARROLLO DE LA
COMUNIDAD VIRTUAL WWW.DESPECHADOS.COM.EC”

Esta encuesta tiene como objetivo el conocer su opinión sobre la necesidad de implementar un sitio Web en Internet en donde puedan, los usuarios en general, ingresar e intercambiar opiniones y experiencias emocionales, sean por rechazo recibido, indiferencia, problemas de pareja, o hasta aspectos íntimos, y a su vez encontrar soluciones para los mismos.

Su opinión es muy valiosa e importante para nosotros, por lo que agradecemos a usted su objetividad en las respuestas, observaciones y comentarios que provea.

Agradecemos de antemano la información proporcionada.

Encuesta autorizada por:

ESPOL-EDCOM:

Realizada por:

Salvador Gómez María A.:

Daniel Ruiz Ramos: _____

Borja Suco Alfredo: _____

Sección 1: Información general:

Marcar con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

1.- ¿Qué piensa usted acerca de la creación de Despechados.com en Internet?

- Si está de acuerdo.
- No está de acuerdo.
- Le es indiferente.

Otro:

2.- ¿Conoce algún lugar en Internet donde se pueda solicitar información o consejos sobre personas despechadas?

- Si, especifique cual? _____
- No

Sección 2: Información de conveniencia de desarrollar el Sitio Web “www.despechados.com.ec”.

Marcar con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

3.- ¿Usa usted continuamente el Internet como medio de información?

- Frecuentemente
- Rara vez
- Poco
- Nunca

4.- Si existiera un Sitio Web que contenga información que beneficie a las personas sobre problemas sentimentales, usted:

- Ingresaría al sitio Web
- Le daría desconfianza
- Le es indiferente
- Nunca ingresaría

Si conoce alguno, favor indique:

5.- ¿Estaría usted dispuesto a recibir consejos por medio de este sitio?

Si

No

¿Por qué?

Sección 3: Análisis de disposición de parte de los encuestados a gestionar la base de datos para potenciales visitantes a nuestro sitio Web.

6.- ¿Aportaría usted con información personal para formar parte de esta comunidad virtual en Internet?

Si

No

7.- ¿Le gustaría a usted ser parte de esta comunidad virtual despechados.com?

Si

No

¿Por qué?

Sección 4: Calidad de servicio del sitio Web.

8.- ¿Cuál ha sido su experiencia previa al buscar este tipo de información al navegar en Internet?

Aburrido

De difícil manejo

Innecesario

No le interesan

Atrayente

9.- ¿Con que frecuencia usted utilizaría el servicio?

- Mucho
- Poco
- Nunca

10.- ¿Difundiría usted entre sus amistades este sitio Web para que formen parte de la comunidad virtual www.despechados.com?

- Si
- No

Por qué?

Nombre:

Dirección:

Teléfono: _____ **Correo:** _____

Comentarios y sugerencias:

2.7. Presentación de Resultados

Se realizaron el total de 323 encuestas como un número representativo para la presentación de nuestra propuesta.

1.- ¿Qué piensa usted acerca de la creación de Despechados.com en Internet?

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Si está de acuerdo	224	69,35
No está de acuerdo	27	8,36
Le es indiferente	67	20,74
Otro	5	1,55
	TOTAL %	100,00

Tabla 2-1: Creación página Despechados.com

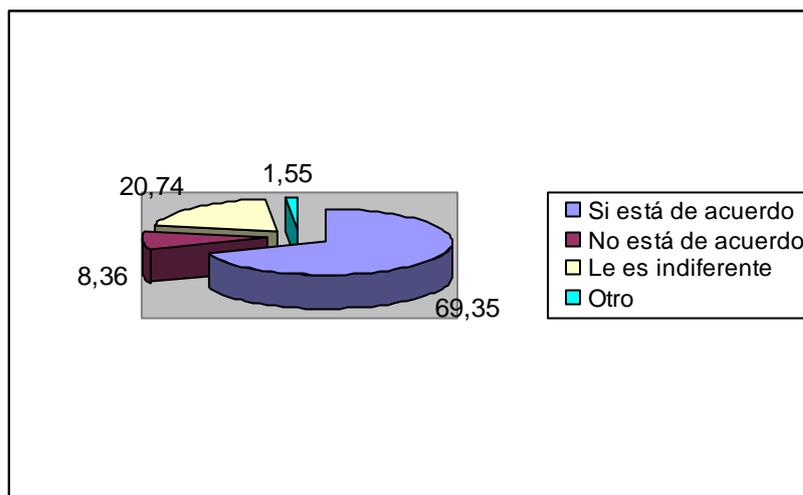


Figura 2-15: Gráfico Estadístico de Creación página Despechados.com

Gran parte de las personas encuestadas se encuentran de acuerdo a la creación de la comunidad virtual teniendo así 69,35%, no están de acuerdo el 8.36%, le es indiferente al 20.74% y el 1.55% contestaron con diferentes opiniones. De estos resultados nos damos cuenta que cada día las redes sociales van teniendo mas acogida y esto hace que sigan creciendo y cada vez mas personas se unan a algún tipo de red social.

2.- ¿Conoce algún lugar en Internet donde se pueda solicitar información o consejos sobre personas despechadas?

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Si	19	5,88
No	304	94,12
	TOTAL %	100,00

Tabla 2-2: Consejos en Internet sobre personas despechadas

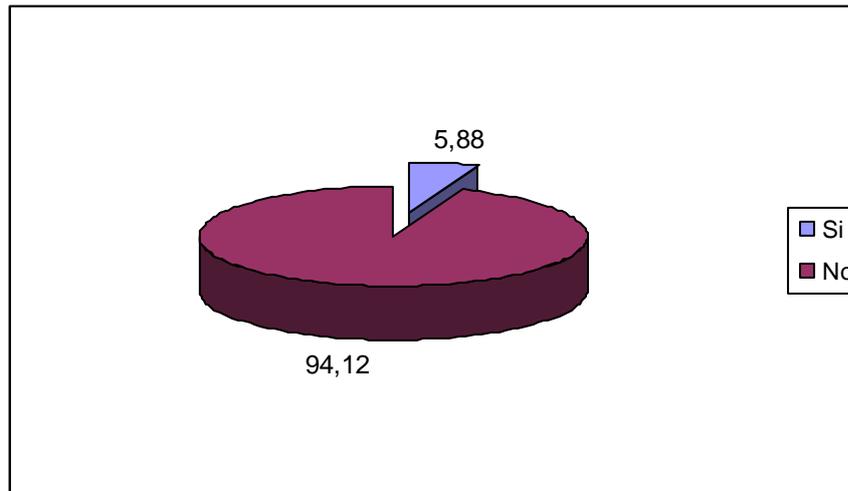


Figura 2-16: Gráfico Estadístico de Consejos en Internet sobre personas despechadas

Un 94,12% de las personas encuestadas no conocen ningún sitio donde se pueda encontrar información sobre despechados y un 5,88% tienen conocimiento de algún sitio.

3.- ¿Usa usted continuamente el Internet como medio de información?

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Frecuentemente	283	87,62
Rara vez	21	6,50
Poco	13	4,02
Nunca	6	1,86
	TOTAL %	100,00

Tabla 2-3: Uso de Internet como medio de información

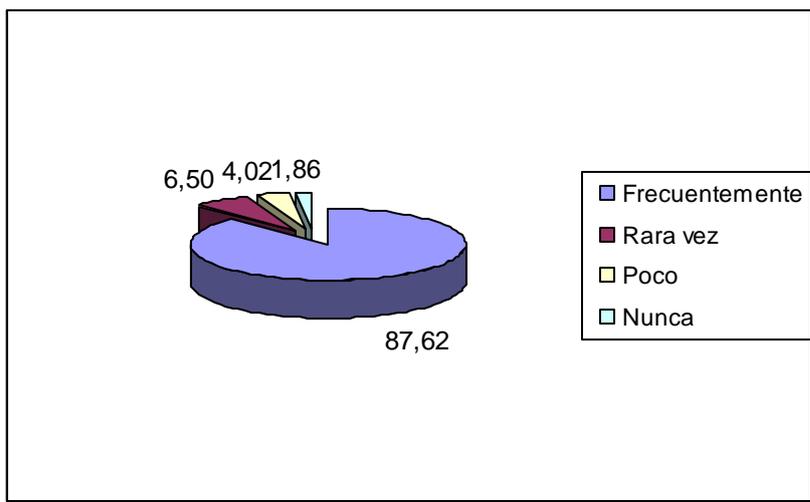


Figura 2-17: Gráfico Estadístico de Uso de internet como medio de información

Tenemos un 87,62% que utiliza frecuentemente Internet, un 6,50% que lo utiliza rara vez, un 4,02% lo hace poco y un 1,86% no lo hace. Nos damos cuenta que el Internet es una herramienta de comunicación muy importante.

4.- Si existiera un Sitio Web que contenga información que beneficie a las personas sobre problemas sentimentales, usted:

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Ingresaría al sitio Web	246	76,16
Le daría desconfianza	24	7,43
Le es indiferente	45	13,93
Nunca ingresaría	8	2,48
	TOTAL %	100,00

Tabla 2-4: Página Web que contenga información sobre problemas sentimentales

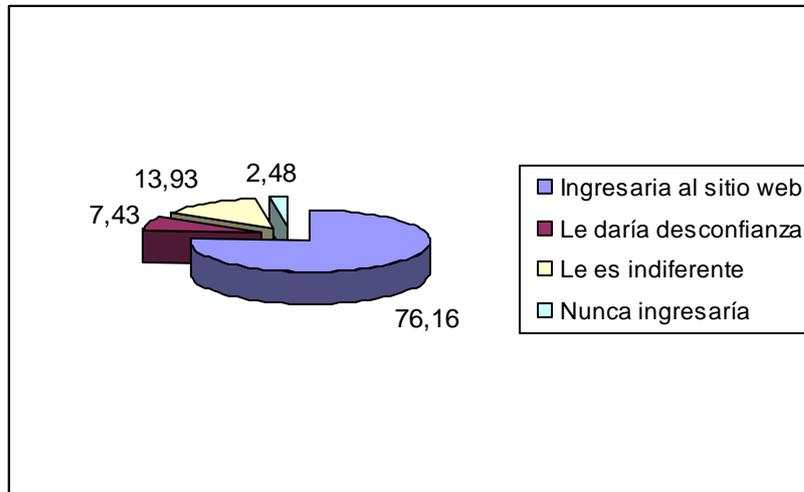


Figura 2-18: Gráfico Estadístico Página Web que contenga información sobre problemas sentimentales

El tema de los sentimientos atrae a muchas personas por eso tenemos un 76,16% que ingresaría al sitio, un 7,43% les daría desconfianza por la veracidad de la información, un 13,93% le es indiferente este tipo de información y un 2,48% nunca ingresaría.

5.- ¿Estaría usted dispuesto a recibir consejos por medio de este sitio?

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Si	270	83,59
No	53	16,41
	TOTAL %	100,00

Tabla 2-5: Recibir consejos por medio de sitio

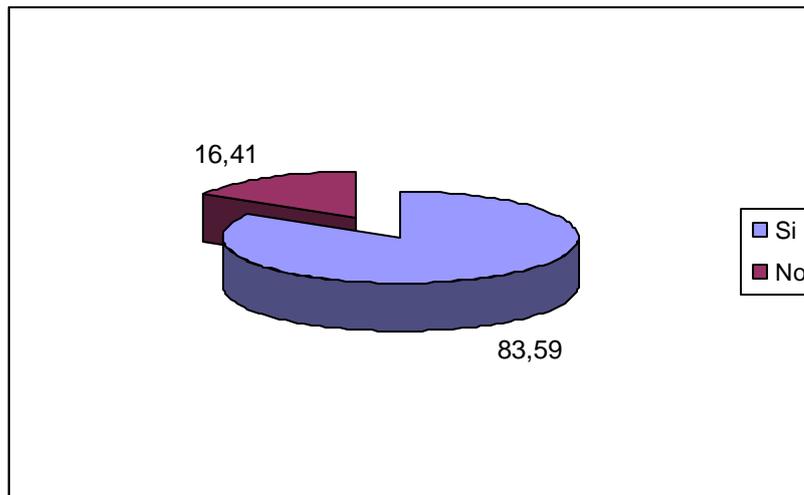


Figura 2-19: Gráfico Estadístico de Recibir consejos por medio de sitio

Se tiene un 83,59% que le gustaría recibir consejos profesionales y un 16,41% no lo haría.

6.- ¿Aportaría usted con información personal para formar parte de esta comunidad virtual en Internet?

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Si	230	71,21
No	93	28,79
	TOTAL %	100,00

Tabla 2-6: Aportar información personal para formar parte de comunidad virtual

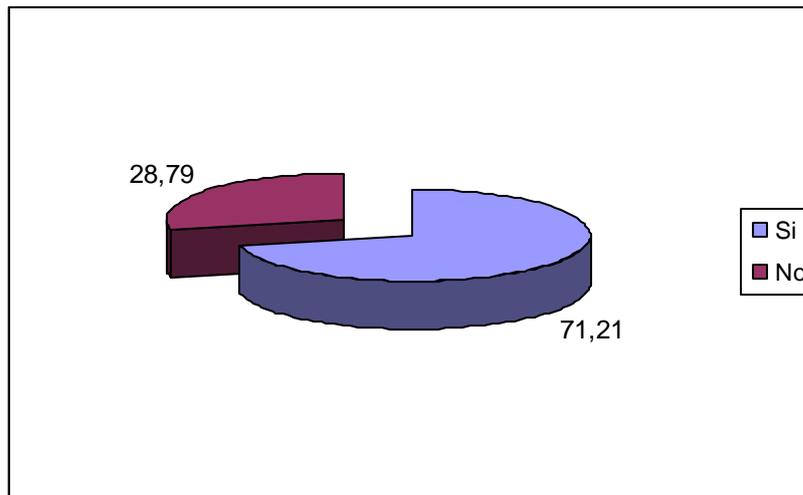


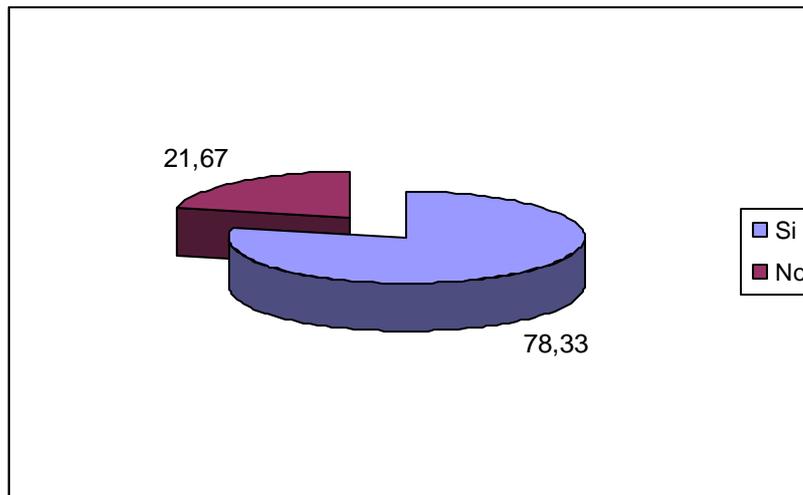
Figura 2-20: Gráfico Estadístico sobre aportar información personal para formar parte de comunidad virtual

Un 71,21% acepta compartir información sobre sus problemas con las demás personas y un 28,79% que no le gustaría exponer su información.

7.- ¿Le gustaría a usted ser parte de esta comunidad virtual www.despechados.com.ec?

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Si	253	78,33
No	70	21,67
	TOTAL %	100,00

Tabla 2-7: Formar parte de comunidad virtual www.despechados.com



**Figura 2-21: Gráfico Estadístico sobre formar parte de comunidad virtual
www.despechados.com**

Las redes sociales tienen mucha acogida hoy en día por eso tenemos un 78,33% que visitaría nuestra página y un 21,67% que no lo haría.

8.- ¿Cuál ha sido su experiencia previa al buscar este tipo de información al navegar en Internet?

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Aburrido	35	10,84
De difícil manejo	35	10,84
Innecesario	26	8,05
No le interesan	27	8,36
Atrayente	200	61,92
	TOTAL %	100,00

Tabla 2-8: Experiencia de buscar información en Internet

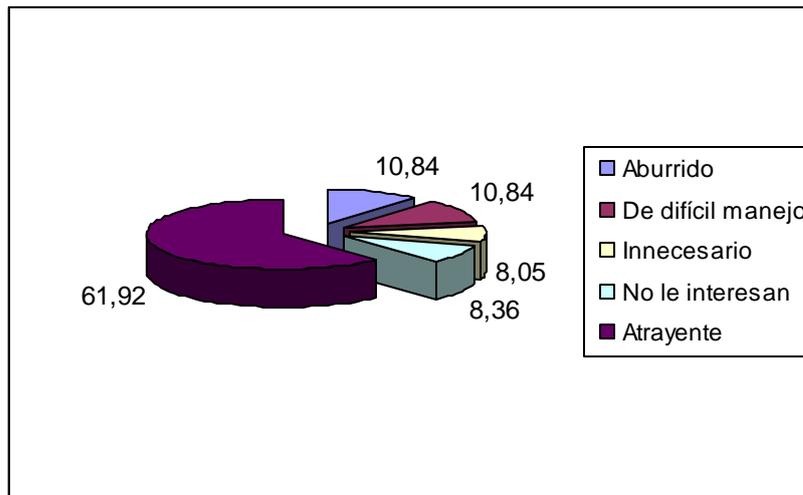


Figura 2-22: Gráfico Estadístico experiencia de buscar información en Internet

Tenemos a un 10,84% de personas que les parece aburrido este tipo de información, un 10,84% que le parece de difícil manejo por distintos motivos, un 8,05% le parece innecesario, un 8,36% que no le interesa y un 61,92% le parece muy atrayente encontrar información acerca de despechados.

9.- ¿Con que frecuencia usted utilizaría el servicio?

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Mucho	195	60,37
Poco	88	27,24
Nunca	40	12,38
	TOTAL %	100,00

Tabla 2-9: Frecuencia con que utilizaría el servicio

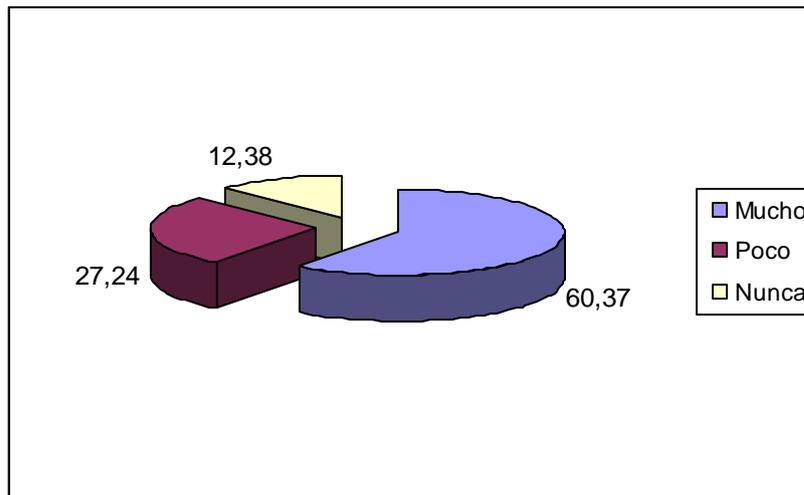


Figura 2-23: Gráfico Estadístico de Frecuencia con que utilizaría el servicio

Tenemos mucho interés por parte de las personas sobre el tema de despechados por eso la encuesta nos da un 60,37% que ingresaría mucho, un 27,24% que ingresaría poco y un 12,38 que no ingresaría nunca a nuestra comunidad.

10.- ¿Difundiría usted entre sus amistades este sitio Web para que formen parte de la comunidad virtual www.despechados.com?

OPCIONES	RESPUESTAS	%
Si	263	81,42
No	60	18,58
	TOTAL %	100,00

Tabla 2-10: Difundir a sus amistades sobre sitio Web

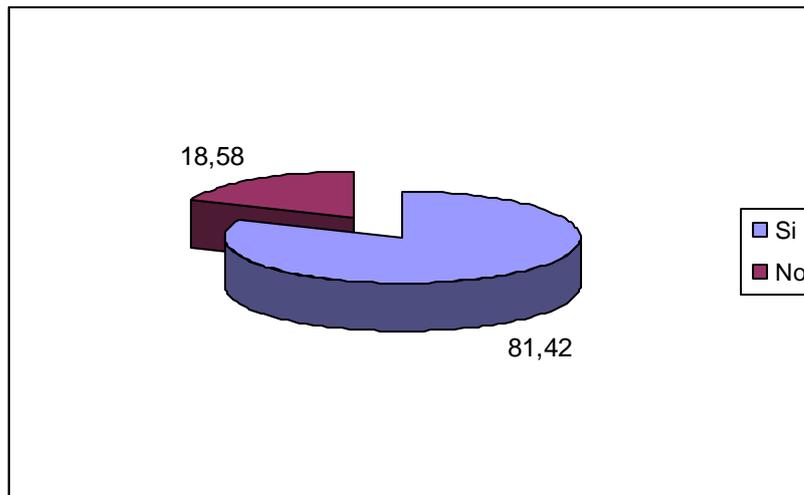
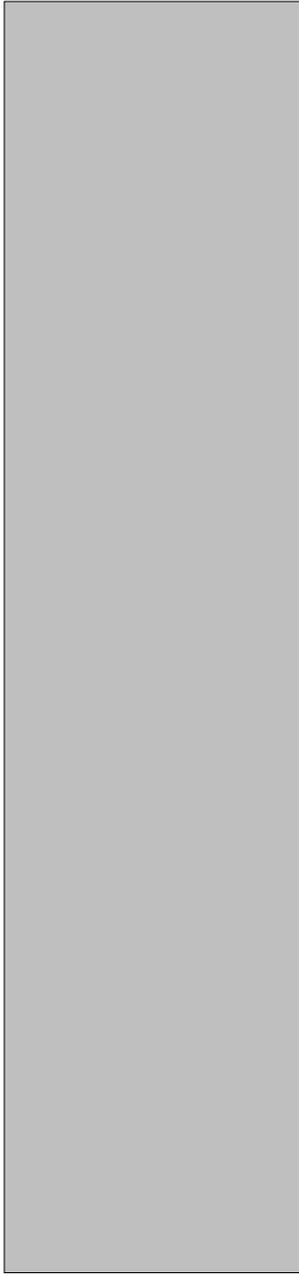


Figura 2-24: Gráfico Estadístico sobre difundir a sus amistades sobre sitio Web

Ya que las redes sociales se expanden rápidamente tenemos un 81,42% de personas que difundirían entre sus amistades nuestra comunidad y un 18,58% que no les interesa difundirlo.



CAPÍTULO 3

PLAN DE MARKETING



CAPÍTULO 3. PLAN DE MARKETING

3.1. Antecedentes

Internet es una gran red de redes, llamada también la supercarretera de la información. Siendo el resultado de la interconexión de miles de computadoras de todo el mundo. Todas ellas comparten los protocolos de comunicación.

Hoy en día, la gente usa Internet para compartir con extraños parte de sus vidas, ofreciendo reseñas informales sobre libros y restaurantes favoritos, compartiendo fotos y describiéndose con todo detalle.

La historia del sitio Web tired.com muestra lo que Internet era antes y en qué se ha convertido. En 1997, un diseñador de páginas Web de San Francisco llamado Mike .Kuniavsky compró por diversión esa dirección de Internet. El primer mensaje llegó a las pocas horas. Docenas más llegaron a las pocas semanas. Nueve años más tarde, Kuniavsky ha reunido más de 42.000 e-mails en su bandeja de entrada. Los remitentes van desde niños con demasiadas tareas, a padres agobiados y usuarios de Internet fatigados.

Las historias de frustración romántica también son frecuentes. Una nota dice: "Estoy cansado de tratar con dos mujeres a la vez, y luego romper con una para que la otra termine conmigo"¹.

3.2. Objetivos del Plan de Marketing

3.2.1 Misión

La misión es ser el primer portal de consulta de toda persona que busca un sitio como medio de desahogo y satisfacer así las necesidades de nuestros usuarios a través del servicio que les brindaremos.

¹:www.monografias.com

3.2.2 Visión

Ser la red social más grande de Ecuador y de América Latina alcanzando un gran número de usuarios que se sumen a nuestra red con un servicio de primera calidad.

3.2.3 Nombre de la empresa

Nuestra empresa llevara el nombre www.despechados.com.ec sintetizando de esta manera al público al que deseamos dirigirnos en la Web y/o a cualquier persona que se identifique con nuestra temática.



Figura 3-1: Logo www.despechados.com.ec

3.2.4 Planteamiento de los Objetivos del Marketing

3.2.4.1 Objetivos General

- Llegar a ser la primera pagina Web de consulta de personas con problemas sentimentales, donde los usuarios puedan encontrar personas con problemas similares y poder llegar a una solución.

3.2.4.2 Objetivos Específicos

- Destacar y posicionarnos en las redes sociales
- Obtener financiamiento a través de la publicidad a través de los banners.

- Llegar al punto de equilibrio económico.
- Crear en la comunidad la marca comercial Despechados.com y en la mente de los consumidores.

3.3 Análisis Estratégico

3.3.1 Análisis FODA

El análisis FODA, en el que se analizará (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) es una herramienta que ayuda a realizar un diagnóstico sobre el negocio, apoyándose en toda la información que se posee en un momento determinado, tanto de la empresa como del mercado.

Este análisis ayudará a examinar la competencia de otros sitios Web identificando tanto sus fortalezas y debilidades como red social, que son factores sobre los cuales se tiene control directo, al mismo tiempo que las oportunidades y amenazas que hay en el mercado, sobre las cuales no tenemos control.

Mucha de las conclusiones obtenidas de análisis FODA servirá para analizar correctamente al medio en que nos vamos a desarrollar para realizar estrategias correctas para el desarrollo de nuestra red social.

3.3.2 Fortaleza

- Ser los primeros en crear una red social con la temática de Despechados en nuestros medio y de habla hispana.
- Poder tener contacto con personas con un mismo interés en común.
- Dar un servicio de calidad a través de preguntas online que serán resueltas por nuestro especialista.
- Estar en una red social pues Internet se hace cada día más importante en la vida de las personas.

3.3.3 Oportunidad

- En el medio no existen redes sociales de despechados, lo cual nos haría pioneros en este tema.
- La falta de competidores directos en redes sociales por esto tendríamos ventajas en nuestro proyecto.
- Lograr unir a personas con problemas sentimentales.
- Un crecimiento expansivo, debido al acceso cada vez mayor de los ecuatorianos al Internet.

3.3.4 Debilidades

- El no haber explorado este tipo de sitios en nuestro medio.
- El que podría ser poco visitada nuestra página.
- Para ciertos usuarios podría resultar incómodas las opiniones de otras personas en los foros.

3.3.5 Amenazas

- El que otros competidores tomen nuestras ideas y nuestro método para crear páginas similares.
- Que debido a la crisis económica las empresas demanden menos publicidad y baje nuestros ingresos.

3.4. Segmentación del Mercado

La empresa reconoce que no puede llegar a todos los usuarios de Internet porque son muy numerosos o tienen distintos deseos, necesidades o preferencias.

Para lo cual haciendo nuestro análisis se enfocará hacia un segmento específico.

Para separar un mercado se debe asumir que este constará de grupos diferentes con distintos comportamientos y necesidades.

www.despechados.com.ec, debe definir el grupo en particular al que quiere llegar y desarrollar distintas propuestas para satisfacer sus necesidades, ya que el segmento en el cual nos vamos a basar, son personas jóvenes con características personales puntuales.

3.4.1 Segmentación demográfica

Esta segmentación divide el mercado en diferentes grupos según variables tales como edad, género, nivel socioeconómico. Las variables demográficas han constituido desde hace mucho en una de las bases más comunes para la segmentación.

Aunque el mercado objetivo se describa en términos no por edades, es necesario un vínculo con ciertas características demográficas con el fin de saber el tamaño de dicho mercado y de cómo llegar al mismo de manera eficiente.

3.4.2 Segmentación Pictográfica

Al analizar a profundidad la segmentación pictográfica de las personas se encontró similitudes entre grupos en su comportamiento así como diferencias entre otros grupos.

Estas diferencias se deben generalmente a los distintos perfiles psicográficos.

3.4.3 Clases sociales

En la Web el usuario desarrollara su libre albedrío y autonomía personal, los miembros de una misma plaza compartirán valores, intereses y comportamiento similares y pueden visitar todos los días la Web siempre y cuando se respete al usuario sin importar su raza o condición social.

3.5. Mercado Meta

Nuestro mercado meta son personas de ambos géneros, y que tengan acceso a Internet es decir, que sean de un nivel socio económico medio, medio alto y alto y entre sus preferencias sean los gustos por redes sociales.

3.6. Posicionamiento

El posicionamiento es el lugar que ocupa un producto o servicio en la mente del consumidor y es el resultado de una estrategia especialmente diseñada para proyectar la imagen específica del producto o servicio, idea o marca con relación a la competencia.

Para desarrollar un plan de posicionamiento de la red social de www.despechados.com.ec, hemos encontrado que entre las actividades que tienen mayor aceptación por los usuarios potenciales están:

- Contar sus historias de lo que les ha pasado
- Interactuar con otros usuarios
- Encontrar historias similares de otros usuarios
- Poder tener contacto con un especialista sin costo
- Poder adquirir artículos promocionales a precios asequibles

Entre los atributos que fueron identificados en la investigación cualitativa por medio de las encuestas nos indica que:

A los usuarios les gusta poder desahogarse de manera anónima.

Poder encontrar solución a sus problemas de pareja

La mayoría de las personas encuestadas, estarían interesadas en ingresar a la página Web.

Con la finalidad de maximizar los requerimientos detectados o plasmarlos como funcionalidades del sistema se utilizarán las siguientes estrategias:

- Crear un directorio dinámico con búsqueda personalizada de diferentes usuarios y con sus respectivas historias.
- Hacer alianzas estratégicas con otras páginas Web populares, así como enviar correos electrónicos masivos.

3.7. Marketing Mix

Se denomina **Mezcla de Mercadotecnia** (llamado también Marketing Mix, Mezcla Comercial, Mix Comercial, etc.) a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía.

Son las [estrategias de marketing](#), o esfuerzo de marketing y deben incluirse en el [plan de Marketing \(plan operativo\)](#).¹

Para el desarrollo del marketing mix de www.despechados.com.ec tomamos en cuenta los siguientes factores:

- **Producto:** Este producto tendrá como fin satisfacer las necesidades del mercado internauta en problemas sentimentales.
- **Precio:** Incrementará el volumen de proveedores gradualmente que quieran publicitar en nuestro sitio.
- **Plaza:** Nuestra plaza será el Internet pues es el mercado masivo al cual queremos llegar.
- **Promoción:** Promocionar la venta de artículos promocionales en nuestros usuarios y de esta manera comunicar e informar a otros usuarios sobre nuestra página Web.

1. www.wikipedia.com

3.7.1 Producto

Producto o servicio: En mercadotecnia un producto es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas.¹

En base a este concepto en nuestra red social se detallará las acciones a tomar con relación a este elemento y a los objetivos planteados.

- Nuestro sitio se destacará en tener el mejor servicio en cuanto a confiabilidad porque contamos con un profesional que ayudará a nuestros usuarios y con eso nos diferenciaremos del resto de paginas blogs existentes.
- El registro para crear la cuenta del usuario será sencillo, y de fácil acceso con solo poner un nick y una clave personal sin llegar a ser tedioso como otras páginas Web.

Servicios que brindará nuestra red social:

Los servicios que brindará Despechados están clasificados de la siguiente manera:

1. Servicio para usuarios que ofrece nuestro sitio:
 - Preguntas en línea con el psicólogo
 - Chat con otros usuarios
 - Poder ingresar al foro para hablar o discutir un tema
 - Servicio de búsqueda de otros usuarios
 - Poder ver videos subidos por nuestros usuarios
 - Preguntas frecuentes (FAQ)
 - Venta de artículos promocionales

¹www.wikipedia.com

2. Característica de nuestro sitio.

- Compañía Social: la realización de unir personas similares y compartir una charla sobre el tema.
- Apoyo emocional: es decir compartir con otros usuarios simpatía, estímulo, apoyo.
- Guía o consejo con nuestro especialista que está dispuesto a ayudar a nuestros usuarios.
- Foros sobre diferentes tópicos
- Chat
- Videos
- Casos de éxito de personas que superaron el problema

3. Eventos y Novedades de nuestro sitio.

- Foros con diferentes tópicos subidos por nuestros usuarios
- Consejos adicionales y tips para nuestros usuarios
- Eventos para reuniones de usuarios (próximamente)

4. Publicidad de nuestro sitio.

Se venderá espacios dentro del sitio a cualquier empresa que esté interesada en publicitar en nuestra página Web siempre y cuando no sea ofensiva a nuestros usuarios.

3.7.2 Precio

Directorio

Nuestro sitio Web tendrá un directorio de productos y servicios de nuestros auspiciantes donde estará disponible el nombre de su empresa y sus datos para contactos las 24 horas, y nuestros clientes podrán contratar el servicio durante un mes, un trimestre, un semestre o un año dependiendo del paquete que solicite, llegando así a miles de personas.

A continuación detallaremos la tabla de precios:

SERVICIO DE DIRECTORIO WEB	
FORMA DE PAGO	COSTO
MENSUAL	\$ 5.00
TRIMESTRAL	\$ 12.00
SEMESTRAL	\$ 25.00
ANUAL	\$ 50.00

Tabla 3-1: Precio sobre servicio directorio web

Publi – Banners

Nuestro equipo estará encargado de diseñar todos los banners que aparezcan en la red social. La medida de los banners según el Comité de Estándares del Internet Advertising Bureau, son las siguientes:

- 468x60 (banner completo)
- 234x60 (medio banner)
- 392x72 píxeles (full banner)
- 120x240 píxeles (banner vertical)
- 125x125 píxeles (botón cuadrado)
- 120x90 píxeles (botón #1)
- 120x60 píxeles (botón #2)
- 88x31 píxeles (micro botón)
- 90x90 y 80x90 píxeles (banners botón)

En formato JPG o GIF estático o en Gif animado a no menos de 5 segundos de intermitencia o retraso con un peso máximo de 60 kb.

A continuación detallaremos la tabla de precios, donde incluye diseño y publicación:

BANNER		
PAGINA PRINCIPAL	FORMA DE PAGO	COSTO
PUBLI-BANNER MEDIO	MENSUAL	\$ 100.00
	TRIMESTRAL	\$ 291.00
	SEMESTRAL	\$ 564.00
	ANUAL	\$ 1,092.00
PUBLI-BANNER GRANDE	MENSUAL	\$ 200.00
	TRIMESTRAL	\$ 582.00
	SEMESTRAL	\$ 1,140.00
	ANUAL	\$ 2,232.00
PAGINA INTERIOR	FORMA DE PAGO	COSTO
PUBLI-BANNER MEDIO	MENSUAL	\$ 50.00
	TRIMESTRAL	\$ 145.50
	SEMESTRAL	\$ 282.00
	ANUAL	\$ 546.00
PUBLI-BANNER GRANDE	MENSUAL	\$ 100.00
	TRIMESTRAL	\$ 291.00
	SEMESTRAL	\$ 570.00
	ANUAL	\$ 1,116.00

Tabla 3-2: Precio de Banners

3.7.3 Comunicación y Promoción

La comunicación no se manifiesta solo en las acciones publicitarias o promocionales, si no que se refiere, en forma más importante a la información y comunicaciones que transmitiremos a nuestros usuarios.

Para mantener a los usuarios nuestro sitio Web tendrá siempre novedades y beneficios atractivos.

Beneficios:

- Aumento de los niveles de confiabilidad y credibilidad de www.despechados.com.ec
- El sitio ganará la confianza del usuario cumpliendo con un excelente servicio.

De esta forma se convierte el usuario fiel a la red social y ante las distintas alternativas que le ofrecemos están:

Nuestro sitio Web será uno de los pocos lugares entre las redes sociales en el que el usuario podrá consultar a un especialista sin costo adicional cumpliendo las expectativas del usuario.

De esta manera podremos satisfacer al cliente con un servicio adicional a las demás redes.

Se podrá conseguir un mejor posicionamiento en la mente de los usuarios a partir de que tenga en su mente presente nuestro sitio Web como medio de consulta o esparcimiento tratando de resolver cualquier problema o inquietud.

3.7.4 Publicidad

La publicidad puede definirse como una técnica destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.

Los objetivos específicos de la publicidad que se quiere mostrar son los siguientes:

- Envío de e-mails masivos para promocionar nuestro sitio Web.
- Promoción a través de otros medios de comunicación como son la prensa, radio, etc.

- En eventos masivos obsequiaremos también artículos promocionales con nuestro logotipo.
- También podrán adquirir nuestros souvenirs a través de nuestro portal a precios muy convenientes y con envío a su domicilio sin costo adicional.

Los artículos que estarán a la venta se los detalla a continuación:

Camisetas (\$12,00 por unidad)



Figura 3-2: Camiseta Blanca



Figura 3-3: Camiseta Negra



Figura 3-4: Camiseta Azul

Gorras (\$10,00 por unidad)



Figura 3-4: Gorra

Bolígrafos (\$2,00 por unidad)



Figura 3-5: Bolígrafo

Lápiz (\$0,75 por unidad)

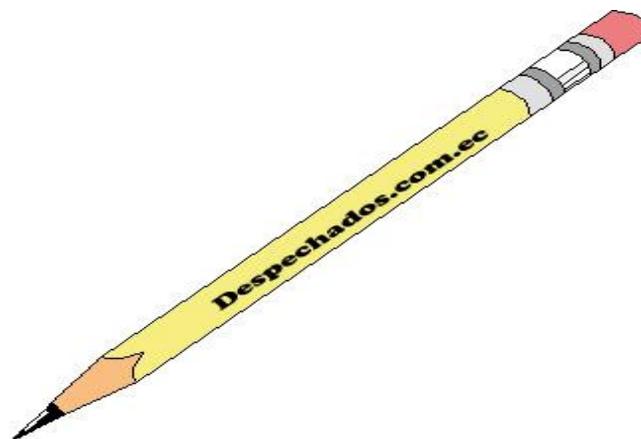


Figura 3-6: Lápiz

Llaveros (\$3,00 por unidad)



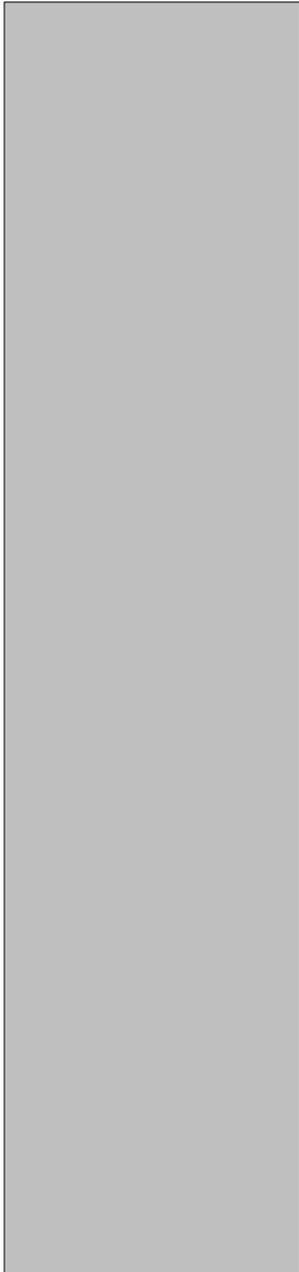
Figura 3-7: Llavero

Marketing Directo

El **marketing directo** es un sistema interactivo que utiliza uno o más medios de comunicación para obtener una respuesta que se pueda medir, en un público objetivo.

La forma más común de marketing directo es el **mailing** por el que los responsables de marketing envían sus mensajes a los consumidores de una determinada área, generalmente, extraídos de una base de datos.

Para lo cual adquiriremos bases de datos de estudiantes universitarios y otros grupos objetivos al cual nos queremos dirigir pues es un método rápido, económico y eficiente de llegar a nuestros potenciales consumidores.



CAPÍTULO 4

ESTUDIO TECNICO



CAPÍTULO 4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Antecedentes Económicos

Hoy en día el impacto de las redes sociales en las economías de la red mundial ha generado nuevas formas de ingresos y empleos destacándose una red social conocida facebook la cual ha tenido un crecimiento exponencial desde el 2004 logrando una valorización de 15000 millones de dólares, 175,000,000 mil usuarios y reconocidos aliados estratégicos como Microsoft.

Su principal factor de generación de ingresos es obtenido a través de la publicidad que realizan los diferentes usuarios en este medio. Acorde a la Ley de Metcalfe, sostiene que el valor de una red es proporcional al cuadrado del número de sus usuarios. Por otro lado existe un debate sobre este tipo de métrica en la que se sostiene que las redes sociales funcionan a la inversa de la ley de Metcalfe: a medida que crecen, su valor disminuye, en lugar de aumentar. Dando una hipótesis de que el verdadero valor de una red social se define no por quien está en ella, sino por quien esta excluido.

Esto nos permite entender de una mejor manera las oportunidades financieras y publicistas que existen en el lanzamiento de una red social sobre personas con problemas emocionales ya sea por despecho u otros factores.

4.2. Ingeniería de la Producción del Producto

Requerimiento Técnico

El software deberá ser construido utilizando un marco de trabajo bajo el lenguaje de programación de PHP (versión) con los siguientes módulos:

Módulos de aplicaciones.- Consiste en la facilidad entre la interoperabilidad con otras herramientas desarrolladas por agentes externos.

Módulo de Registro.- Ingreso de los datos personales de los usuarios, esta información se almacenará en una base de datos.

Módulo de Spam.- Monitoreo de contenidos basura.

Micro códigos.- Consiste en la incorporación de funcionalidades como:

Invitación de una persona despechada para unirse a la red,

Sugerir amigos que hayan superado un problema emocional o estén atravesando alguno,

Etiquetar amigos,

Comentarios en fotos

Notificación de abuso

Recomendar doctores

Módulo Rss.- Publicar contenidos de noticias o información

Módulo Multi-idioma.- La red social tendrá 5 idiomas

Módulo Publicidad.- Variedad de idiomas para los diferentes usuarios de varios países.

Mantenimiento

Se realizará la contratación de tres programadores que servirán como soporte y mantenimiento de la aplicación en línea los cuales realizarán un monitoreo constante en jornadas de trabajo de 8 horas de lunes a viernes y entre los cuales podemos mencionar las siguientes actividades:

1. Monitoreo del servicio http
2. Monitoreo del servicio de la base de datos
3. Detención de errores de compilación
4. Desarrollo y mejoramiento continuo del sistema de retroalimentación de los usuarios
5. Soporte en línea para los usuarios

Entre las tareas que se realizarán en el servidor en horas consideradas de baja latencia como son:

1. Respaldo de la base de datos
2. Respaldo de los archivos de código fuente
3. Actualizaciones de nuevos códigos

Opcional

Adicionalmente se deberá contar con un sistema de clusterización de servidores acorde al requerimiento de hardware sustentado en la fase

Seguridades

Se definirá 2 interfaces para los usuarios con sus respectivos roles que serán definidos basándose en el marco de trabajo de symfony.

1. Interfaz para usuarios invitados
2. Interfaz para usuarios administradores

Elementos permanentes de los Sistemas de Navegación

Los elementos permanentes en el sistema de navegación son:

Barra de Menú:

Permanece en todas las pantallas de interfaces, permite el enlace a cada una de las áreas del sitio.

Búsqueda Avanzada:

Es un buscador que permite tener acceso con mayor facilidad y rapidez a los diferentes enlaces del sitio Web.

Pie de Página:

Indica en la parte inferior el nombre de nuestro sitio, año de creación y link de contacto.

Elementos variables dentro del esquema de cada página:

Estructura de pantalla de Inicio

Herramienta: Sección de Ingreso (Login y Password)

Definición del Diseño Visual de la Web:

Luego de determinar la estructura del diseño, se procede al diseño visual de las pantallas del sitio Web.

Descripción del Logotipo:

Logotipo Tipográfico: Basado principalmente en texto, posee un símbolo asociado, que representa a lo que se dedica nuestra red social, pero el énfasis principal está en el texto.

Tipografía: Se utilizó Cooper Black es una tipografía con modificación adaptada con un elemento visual, en la parte izquierda siendo así aun totalmente legible y dando equilibrio al logotipo.

Esquema de colores: Los colores que se incluyan en el logotipo tienen un significado, deben comunicar algo importante. Forman parte del mensaje que deseamos transmitir. En nuestro caso se ha utilizado 2 colores el cyan, y negro, colores que combinados sugieren dinamismo y energía.

Nombre: El nombre es la parte más importante del logotipo, porque es la que identifica de manera única a la empresa. Nuestro nombre www.despechados.com.ec, representa a lo que se dedica nuestra red social.

Composición horizontal: Nuestro logotipo tiene mayor dimensión horizontal, esto mejora la lectura del mismo, porque nuestro campo visual es más ancho que alto y nos es algo más fácil entender los logotipos horizontales.

Programación del sitio Web

La pagina www.despechados.com.ec será programada en PHP versión 5.3.0 como lenguaje de programación del servidor y en el manejo dinámico de la pagina será con Javascript. Para el repositorio de datos se usará una base de datos libre como MySQL

inicialmente hasta que tengamos mas datos ingresados para la parte de transacciones tendremos una cuenta en Paypal.

Boceto de diseño

Página de Suscripción y Registro:

The image shows a screenshot of the website www.despechados.com.ec. The header features a navigation menu with items like 'INICIO', 'MI PERFIL', 'DESPECHADOS', 'FOTOS', 'MENSAJES', 'PRODUCTOS', 'VIDEOS', 'PREGUNTAS A ESPECIALISTAS', and 'APLICACIONES'. There are also links for 'Cerrar sesión', 'Cuenta', 'Privacidad', 'Ayuda', and 'Clasificados'. The main content area is divided into two sections:

- SUSCRÍBETE A DESPECHADOS:** A registration form with fields for 'Nombre' (Name), 'Apellido' (Last Name), 'Correo electrónico' (Email), 'Contraseña' (Password), and 'Cumpleaños' (Birthdate). A '¡Regístrate!' button is at the bottom.
- REGISTRARTE:** A login form with fields for 'Correo electrónico' and 'Contraseña'. It includes a checkbox for 'MANTENER MI SESIÓN ACTIVA' and an 'Iniciar sesión' button.

Below the registration form, there are two links: 'Encuentra a los despechados en tu ciudad o en otras partes del mundo.' and 'Muestra tus fotos'.

Figura 4-1: Suscripción y registro

Fotografías de uso libre descargadas del sitio Web <http://www.despechados.com.ec>

Página de Inicio:



Figura 4-2: Página de Inicio

Fotografías de uso libre descargadas del sitio Web <http://www.despechados.com.ec>

Página de Perfil de Usuario:



Figura 4-3: Perfil de usuario

Fotografías de uso libre descargadas del sitio Web <http://www.despechados.com.ec>

Página de Productos:

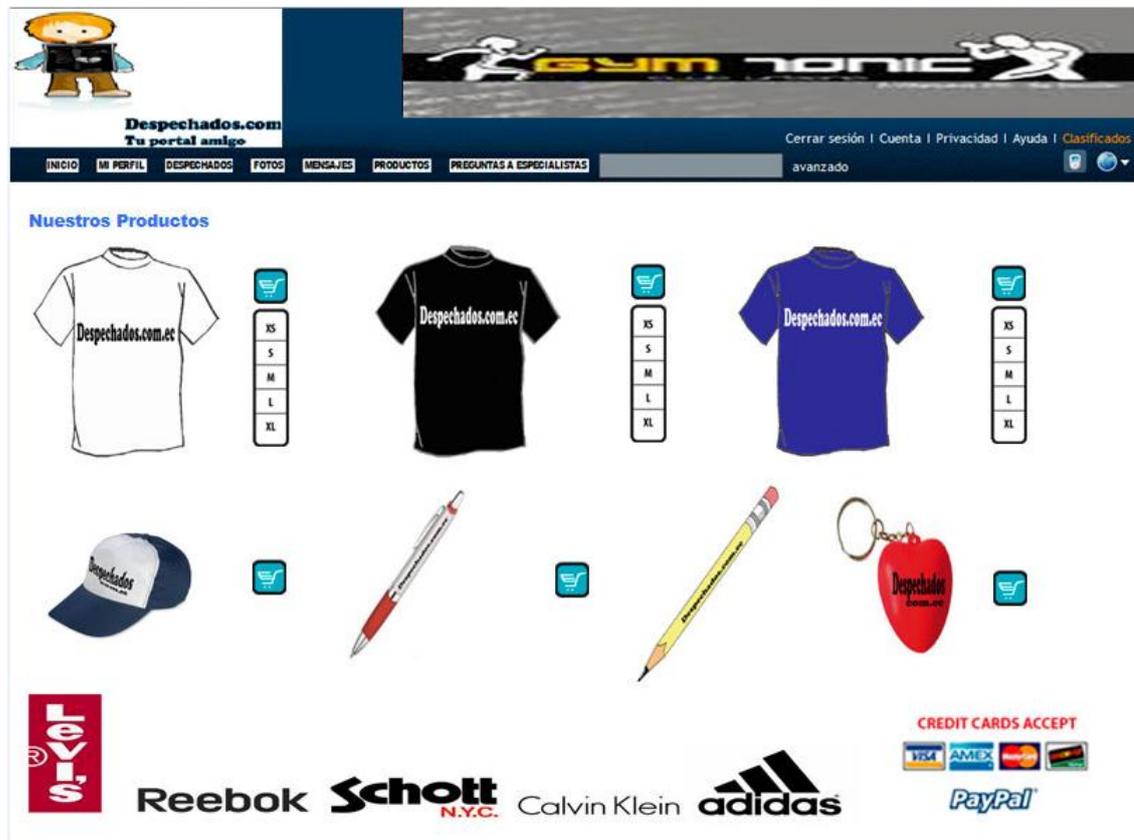


Figura 4-4: Productos

Fotografías de uso libre descargadas del sitio Web <http://www.despechados.com.ec>

Valoración cromática y visual:

El sitio está diseñado de tal manera que sea aceptado por usuarios (Gente joven). Se ha empleado derivaciones de azul, que dan sensación de energía al sitio, combinados con variaciones de grises.

El background en la parte central es blanco, la vista del usuario no se ve afectada ya que descansa sobre los colores neutros que se ha utilizado.

Se han utilizado gráficas con elementos dinámicos que hacen las secciones del sitio más atractivas visualmente, dando profundidad, dinamismo y movimiento a la Web.

Contenido destacado del sitio:

Red Social – www.despechados.com.ec

- Creación de perfiles para todo tipo de personas que tengan problemas emocionales o estén atravesando alguno.
- Las personas podrán compartir experiencias, hacer comentarios, subir fotos, etc.
- Entretenimiento: El despechado(a) más votado(a), mejor video, foto mas graciosa.
- Artículos sobre diferentes temas sobre como sobreponerse de algún problema emocional.
- Área de salud, consultas con doctores especializados en estos casos (sicólogos, siquiатras, orientadores) online.
- Participación en eventos.
- Los mejores anunciantes con productos.

4.3. Tamaño del proyecto

Se ha analizado una proyección para el mantenimiento y operación que soporte al menos 500.000 usuarios registrados y 200 usuarios que estén conectados en el mismo instante. Donde su población universo equivale a los habitantes de los países de habla

hispana, sin embargo su primera fase de producción será proyectado para los habitantes del país Ecuador que es un equivalente tentativo del 30% de la población total de este país, es decir 4.113.070,2 habitantes considerados usuarios potenciales.

Estos usuarios potenciales podrán ser atendidos por el personal administrativo mencionado en el capítulo 5, haciendo una relación de 1 empleado para atención al cliente por cada 10.000 usuarios, con un posible crecimiento exponencial de un promedio de 200 a 1000 usuarios diarios.

4.4 MER - (Modelo Entidad Relación)

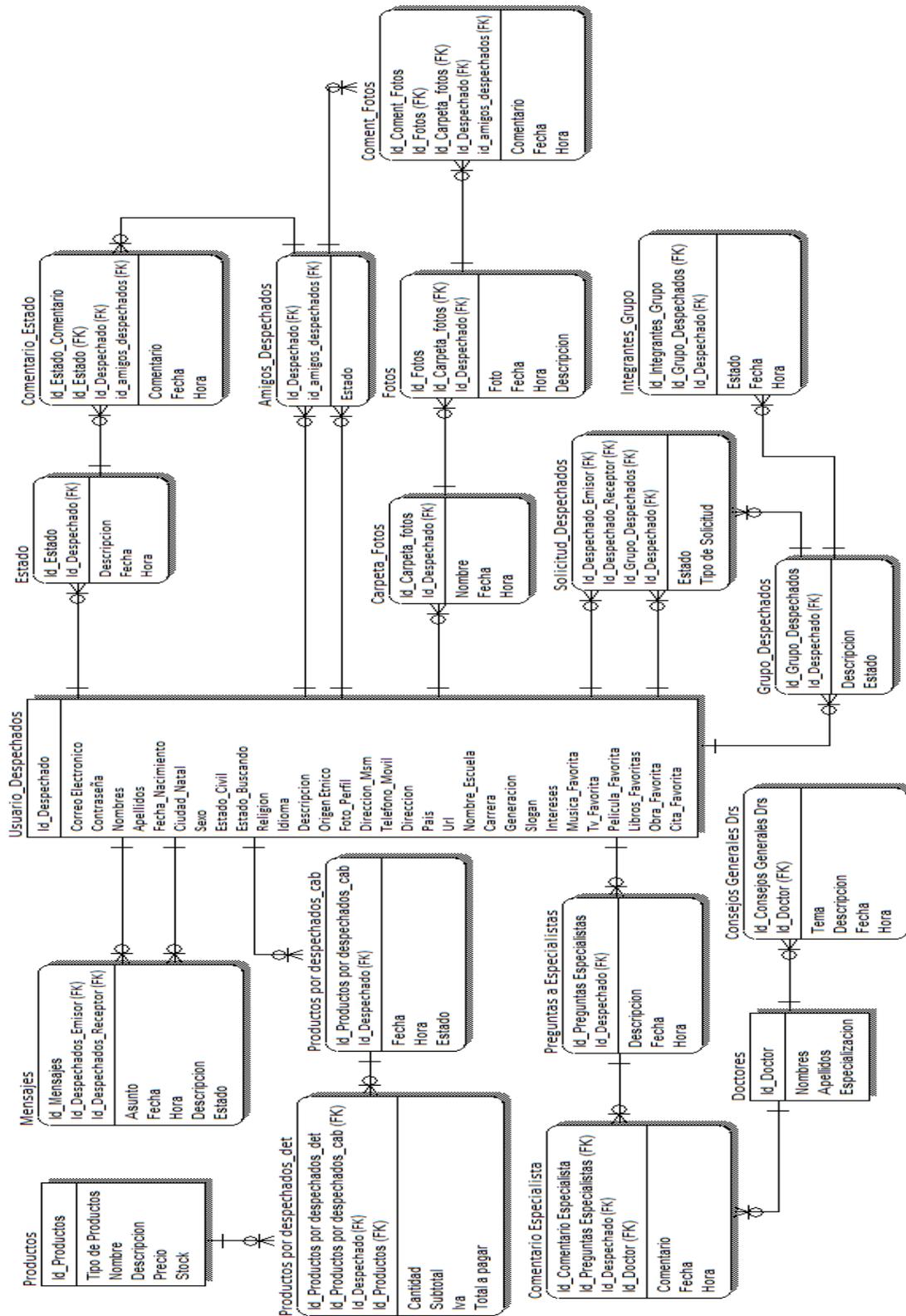
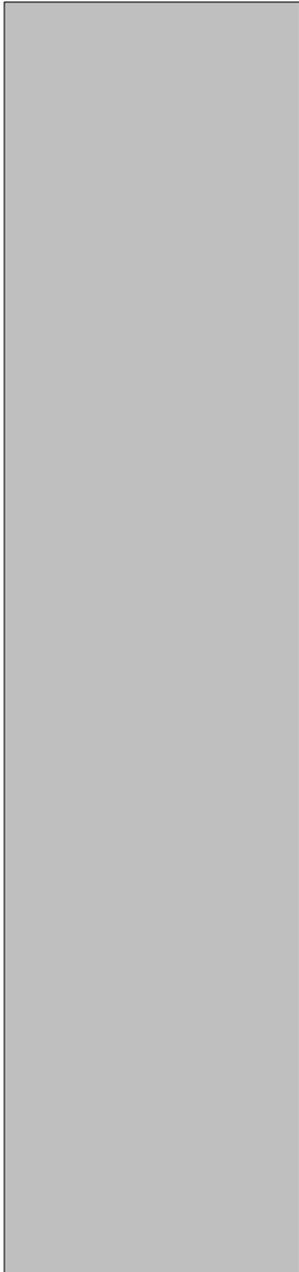


Figura 4-5: Mer



CAPÍTULO 5

EQUIPO DE TRABAJO DEL PROYECTO



CAPÍTULO 5. EQUIPO DE TRABAJO DEL PROYECTO

5.1. Trabajadores por área

Director de Proyecto

El director de proyecto asumirá la responsabilidad del desarrollo técnico del mismo, escogiendo las herramientas necesarias, con el objetivo de integrar de forma óptima las funciones de los servicios de nuestro sitio Web.

Funciones del director

- Administrar con liderazgo al equipo de trabajo, implicando esto asignación de tareas, supervisión, motivación, etc.
- Administrar los recursos humanos, técnicos y financieros, para el desarrollo del proyecto.
- Conocer el funcionamiento de los sistemas para que el control del desarrollo del proyecto sea más efectivo.
- Seleccionar herramientas de última generación para el correcto desarrollo del proyecto.
- Aplicar técnicas de e-commerce
- Realizar las gestiones necesarias para crear una buena relación con quienes serían a futuro nuestros auspiciantes.

Programador:

Profesional encargado de la infraestructura técnica del sitio y de crear puentes entre la tecnología y su uso.

Funciones del Programador:

- Debe encargarse de la funcionalidad de los requerimientos del sistema.

- Debe encargarse del desarrollo del código fuente basado en las interfaces definidas por los diseñadores.
- Trabajar en conjunto con el diseñador.
- Realizar las pruebas necesarias para el lanzamiento del producto.
- Depurar los sistemas de seguridades del sistema para evitar ataques a nuestro sitio.

Administrador de base de datos

Será el encargado de diseñar e implementar la arquitectura distribuida de MySQL que apoyará las expectativas operacionales del proyecto.

Funciones del administrador de la Base de Datos

Realizar el diseño lógico y físico de las bases de datos.

Crear y probar Respaldos

Verificar ó ayudar a la verificación en la integridad de datos

Definir y/o implementar controles de acceso a los datos

Asegurarse del máximo desempeño incluso con las limitaciones

Ayudar a los programadores e ingenieros a utilizar eficientemente la base de datos.

Diseñador Gráfico:

El rol de diseñador es la de comunicador, es decir es el profesional responsable del diseño e implementación del sitio, se encargara de la parte visual y gráfica haciendolo más atractivo e intuitivo, al momento de la navegación.

Funciones del Diseñador Web:

- Estará encargado de crear el logotipo que nos identifique como red social para despechados.
- Crear la imagen Web del sitio, es decir desarrollar un concepto grafico, que mantenga una comunicación visual agradable entre el usuario y el sitio.
- Tratamiento y edición de imágenes.
- Diseño de animaciones y banners interactivos.
- Diseño y desarrollo gráfico de interfaces.
- Estructuración de plantillas del sitio, bajo los parámetros que implica el diseño de un sitio Web: peso visual, colores ubicación de iconos, tamaños estandarizados de imágenes, etc.
- Encargado principalmente de crear un impacto visual en los internautas para el posicionamiento como empresa.
- Crear una grafica en la que el producto a desarrollar, es decir el sitio Web debe ser actual en cuanto a su interfaz gráfica para atraer a nuevos usuarios y por lo tanto nuevos clientes.

Funciones del Diseñador multimedia:

- Creación de juegos virtuales de entretenimiento dentro del sitio.

5.2. Organigrama

DESARROLLO DE SITIO WEB

www.despechados.com.ec

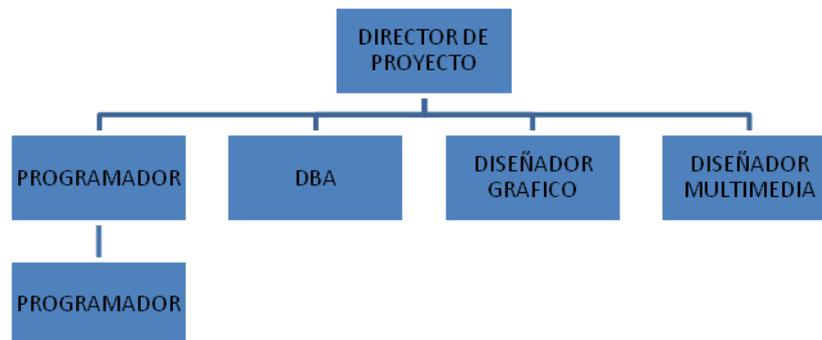


Figura 5-1: Organigrama página Web

Perfil del Director del Proyecto:

- Capacidad de liderazgo ante el equipo de trabajo.
- Poseer conocimientos en los requerimientos y metodologías para el desarrollo de un sitio Web.
- Proactivo y sea un ente motivador para su equipo de trabajo.

Perfil del programador:

Desarrollo de aplicaciones Web

- Gran habilidad e interés en el aprendizaje de desarrollo de nuevos productos.
- Tenga capacidad en resolver problemas y ser analítico.
- Experiencia en lenguajes de programación tales como: XHTML, XML, JSP, ASP, PHP, AJAX, Python, CFM, CVS, CSS, B2B & B2C
- Experiencia en programación de seguridades para el sitio.

Perfil del Administrador de la base de Datos

Fuerte conocimiento de MySQL para ajustar el rendimiento a la configuración del servidor MySQL

Fuerte conocimiento de MySQL backup, recuperación y actualización de los procedimientos.

Manejar MySQL en los entornos de Producción

Experiencias de utilizar las herramientas existentes o desarrollar scripts para monitorear MySQL,

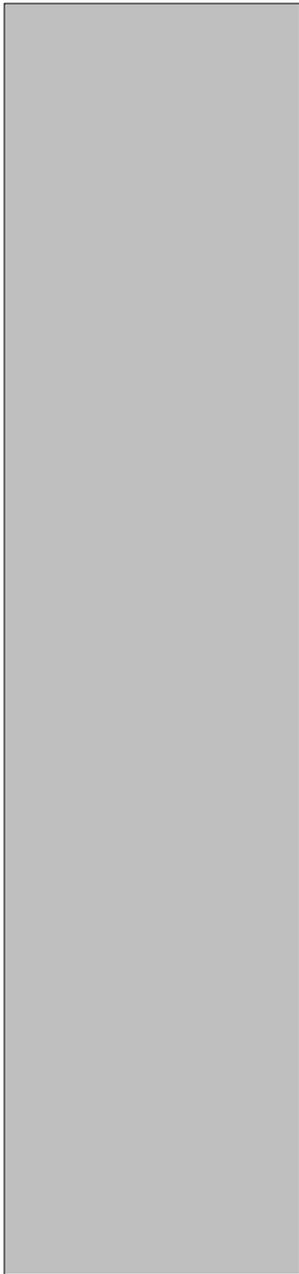
Perfil del Diseñador Web:

Desarrollo de diseño Web

- Ofrecer soluciones visuales adecuadas en las etapas que deberán cumplirse a lo largo del desarrollo del sitio Web.
- Ser creativo y poseer criterio visual en la composición de la elaboración de un sitio Web.
- Dominio en manejo de programas tales como: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Flash.

Perfil del Diseñador multimedia:

- Dominio en manejo de programas tales como: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Flash con Action Script (para desarrollo de aplicaciones multimedia dentro del sitio).



CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO



CAPITULO 6. ESTUDIO FINANCIERO

A continuación se detallan los estados financieros proyectados para el periodo de 1 año, el mismo que refleja los movimientos y las proyecciones económicas de nuestro proyecto.

6.1. Presupuesto de Inversión, Costos y Gastos

Para iniciar las actividades comerciales, se cuenta con el capital destinado a la inversión de la siguiente manera:

DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Camiseta	\$ 3.00	20 docenas	\$ 720.00
Gorra	\$ 2.00	20 docenas	\$ 480.00
Bolígrafos	\$ 0.75	20 docenas	\$ 180.00
Lápiz	\$ 0.25	20 docenas	\$ 60.00
Llaveros	\$ 1.50	40 docenas	\$ 720.00
Total			\$ 2,160.00

Tabla 6-1: Inversión inicial de productos

INVERSION INICIAL DE EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL
COMPUTADORES	\$ 500.00	6	\$ 3,000.00
IMPRESORA	\$ 50.00	1	\$ 50.00
INFRAESTRUCTURA DE RED	\$ 170.00	1	\$ 170.00
ESCRITORIOS	\$ 40.00	6	\$ 240.00
SILLAS	\$ 20.00	6	\$ 120.00
			\$ 3,580.00

Tabla 6-2: Inversión inicial de equipos de oficina

GASTOS FIJOS

GASTOS FIJOS ETAPA DE DESARROLLO					
DETALLE COSTO FIJO	MESES				TOTAL
	1	2	3	4	
Servicios Generales					
Internet	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 133.92
Dominio	\$ 39.20				\$ 39.20
Hosting	\$ 191.88				\$ 191.88
Renta Local	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 1,200.00
Teléfono	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 80.00
Energía Eléctrica	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 160.00
Imprevistos	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 120.00
Total	\$ 654.56	\$ 423.48	\$ 423.48	\$ 423.48	\$ 1,925.00
Equipo de Trabajo del Proyecto					
Director del proyecto (1)	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 4,000.00
Diseñador Gráfico (1)	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 2,000.00
DBA (1)	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 2,000.00
Programador (2)	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 4,800.00
Diseñador Multimedia (1)	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 2,000.00
Total	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 14,800.00
Marketing y Publicidad					
Periódico 4 veces/mes				\$ 800.00	\$ 800.00
Afiches				\$ 100.00	\$ 100.00
Total				\$ 900.00	\$ 900.00
TOTAL COSTOS FIJOS					\$ 17,625.00

Tabla 6-3: Gastos Fijos

Total Inversión Inicial

Total de inversión inicial para los 4 primeros meses, tiempo en el que se encuentra en construcción el sitio.

TOTAL DE INVERSION INICIAL	
INVERSION INICIAL-PRODUCTOS	\$ 2,160.00
INVERSION INICIAL-EQUIPOS DE OFICINA	\$ 3,580.00
COSTOS FIJOS-DESARROLLO	\$ 17,625.00
TOTAL	\$ 23,365.00

Tabla 6-4: Total inversión inicial

Gastos mensuales fijos en los que se incurre después del desarrollo e implementación del sitio Web, por el lapso de 8 meses que es el tiempo que restaría en base al cálculo de 1 año de nuestro flujo de caja.

GASTOS DESPUES DE LA ETAPA DE IMPLEMENTACION									
DETALLE COSTO FIJO	MESES								TOTAL
	5	6	7	8	9	10	11	12	
Servicios Generales									
Internet	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 267.84
Total	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 267.84
Actualizaciones del Sitio									
DBA (1)	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 2,000.00
Programador (1)	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 2,400.00
Total	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 4,400.00
Marketing y Publicidad									
Periódico 4 veces/mes	\$ 800.00								\$ 800.00
Afiches	\$ 100.00								\$ 100.00
Total	\$ 900.00								\$ 900.00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 1,483.48	\$ 583.48	\$ 5,567.84						

Tabla 6-5: Gastos fijos después desarrollo e implementación

INGRESOS

Ingresos por Productos

Estimando un promedio de incremento del 20% mensual con respecto al mes anterior, en cuanto a la cantidad de los artículos que se venden, obtendremos a partir del quinto mes ingresos por las siguientes cantidades:

VALORES POR MESES																		
PRODUCTOS	COSTO UNITARIO	MES 5	SUBTOTAL	MES 6	SUBTOTAL	MES 7	SUBTOTAL	MES 8	SUBTOTAL	MES 9	SUBTOTAL	MES 10	SUBTOTAL	MES 11	SUBTOTAL	MES 12	SUBTOTAL	TOTAL
Camiseta	\$ 12.00	15	\$ 180.00	18	\$ 216.00	22	\$ 259.20	26	\$ 311.04	31	\$ 373.25	37	\$ 447.90	45	\$ 537.48	54	\$ 644.37	\$ 2,969.84
Gorra	\$ 10.00	15	\$ 150.00	18	\$ 180.00	22	\$ 216.00	26	\$ 259.20	31	\$ 311.04	37	\$ 373.25	45	\$ 447.90	54	\$ 537.48	\$ 2,474.88
Bolígrafos	\$ 2.00	15	\$ 30.00	18	\$ 36.00	22	\$ 43.20	26	\$ 51.84	31	\$ 62.21	37	\$ 74.65	45	\$ 89.58	54	\$ 107.50	\$ 494.37
Lápiz	\$ 0.75	15	\$ 11.25	18	\$ 13.50	22	\$ 16.20	26	\$ 19.44	31	\$ 23.33	37	\$ 27.99	45	\$ 33.59	54	\$ 40.31	\$ 185.61
Livros	\$ 3.00	15	\$ 45.00	18	\$ 54.00	22	\$ 64.80	26	\$ 77.76	31	\$ 93.31	37	\$ 111.37	45	\$ 134.37	54	\$ 161.24	\$ 742.45
TOTAL		75	\$ 416.25	90	\$ 499.50	108	\$ 599.40	130	\$ 719.28	156	\$ 863.14	187	\$ 1,035.76	224	\$ 1,242.92	269	\$ 1,491.50	\$ 6,867.74

Tabla 6-6: Ingresos por productos

Ingresos por Servicios

Estimando un promedio de captación de 10 clientes mensuales, obtendremos a partir del quinto mes ingresos por las siguientes cantidades:

SERVICIO DE DIRECTORIO	SUSCRITOS	FORMA DE PAGO	COSTO	TOTAL
	5	MENSUAL	\$ 5.00	\$ 25.00
	4	TRIMESTRAL	\$ 12.00	\$ 48.00
	5	SEMESTRAL	\$ 25.00	\$ 125.00
	5	ANUAL	\$ 50.00	\$ 250.00
TOTAL	19			\$ 448.00
BANNER				
PAGINA PRINCIPAL	SUSCRITOS	FORMA DE PAGO	COSTO	TOTAL
PUBLI-BANNER MEDIANO	6	MENSUAL	\$ 100.00	\$ 600.00
	3	TRIMESTRAL	\$ 291.00	\$ 873.00
	5	SEMESTRAL	\$ 564.00	\$ 2,820.00
	4	ANUAL	\$ 1,092.00	\$ 4,368.00
TOTAL	18			\$ 8,661.00
PUBLI-BANNER GRANDE	4	MENSUAL	\$ 200.00	\$ 800.00
	3	TRIMESTRAL	\$ 582.00	\$ 1,746.00
	3	SEMESTRAL	\$ 1,140.00	\$ 3,420.00
	4	ANUAL	\$ 2,232.00	\$ 8,928.00
TOTAL	14			\$ 14,894.00
PAGINA INTERIOR	SUSCRITOS	FORMA DE PAGO	COSTO	TOTAL
PUBLI-BANNER MEDIANO	4	MENSUAL	\$ 50.00	\$ 200.00
	3	TRIMESTRAL	\$ 145.50	\$ 436.50
	4	SEMESTRAL	\$ 282.00	\$ 1,128.00
	4	ANUAL	\$ 546.00	\$ 2,184.00
TOTAL	15			\$ 3,948.50
PUBLI-BANNER GRANDE	4	MENSUAL	\$ 100.00	\$ 400.00
	3	TRIMESTRAL	\$ 291.00	\$ 873.00
	4	SEMESTRAL	\$ 570.00	\$ 2,280.00
	3	ANUAL	\$ 1,116.00	\$ 3,348.00
TOTAL	14			\$ 6,901.00
TOTAL INGRESOS	80			\$ 34,852.50

Tabla 6-7: Ingresos por servicios

Total Ingresos por Productos y servicios

INGRESOS POR SERVICIOS Y PRODUCTOS	
PRODUCTOS	\$ 6,867.74
SERVICIOS	\$ 34,852.50
TOTAL	\$ 41,720.24

Tabla 6-8: Total ingresos por productos y servicios

FLUJO DE CAJA

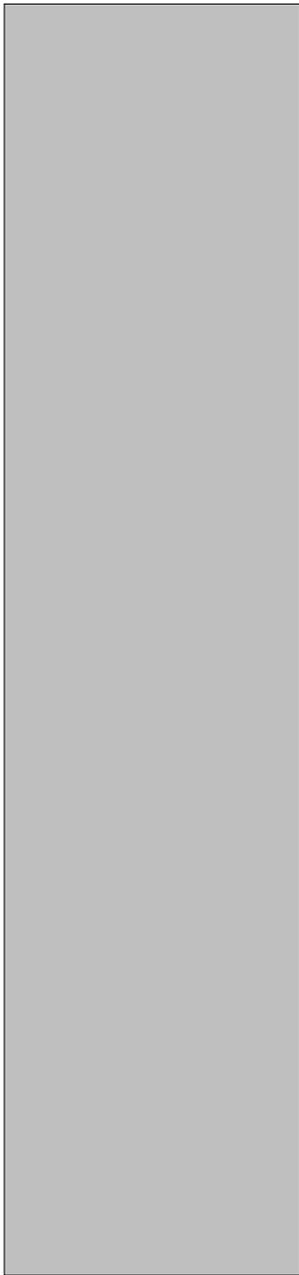
FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Saldo mes anterior		\$ 16,065.44	\$ 11,941.96	\$ 7,818.48	\$ 6,350.00	\$ 3,924.33	\$ 8,196.91	\$ 12,569.39	\$ 17,061.75	\$ 21,637.97	\$ 26,506.81	\$ 31,522.81
Inversión												
Inversión Inicial de capital propio	\$ 24,000.00											
Total	\$ 24,000.00											
Ingresos												
Ingresos por Productos					\$ 416.25	\$ 499.50	\$ 599.40	\$ 719.28	\$ 863.14	\$ 1,035.76	\$ 1,242.92	\$ 1,491.50
Ingresos por Servicios					\$ 4,356.56	\$ 4,356.56	\$ 4,356.56	\$ 4,356.56	\$ 4,356.56	\$ 4,356.56	\$ 4,356.56	\$ 4,356.56
Total					\$ 4,772.81	\$ 4,856.06	\$ 4,955.96	\$ 5,075.84	\$ 5,219.70	\$ 5,392.32	\$ 5,599.48	\$ 5,848.06
Egresos												
Servicios Generales	\$ 654.56	\$ 423.48	\$ 423.48	\$ 423.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48	\$ 33.48
Equipo de Trabajo del Proyecto	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00	\$ 3,700.00								
Actualizaciones del Sitio					\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00	\$ 550.00
Marketing y Publicidad				\$ 900.00	\$ 900.00							
Inversión Inicial de Equipos de oficina	\$ 3,580.00											
Inversión Inicial de Productos				\$ 2,160.00								
Total	\$ 7,934.56	\$ 4,123.48	\$ 4,123.48	\$ 7,183.48	\$ 1,483.48	\$ 583.48	\$ 583.48	\$ 583.48	\$ 583.48	\$ 583.48	\$ 583.48	\$ 583.48
Total flujo neto de efectivo	\$ 16,065.44	\$ 11,941.96	\$ 7,818.48	\$ 6,350.00	\$ 3,924.33	\$ 8,196.91	\$ 12,569.39	\$ 17,061.75	\$ 21,637.97	\$ 26,506.81	\$ 31,522.81	\$ 36,787.39

Tabla 6-9: Flujo de caja

6.2 Resultado de situación financiera

Dado los resultados arrojados en el estudio financiero, con base en el presupuesto de ingresos por servicios y productos, así como los gastos por inversión inicial, servicios generales, publicidad y salarios, podemos concluir que nuestro proyecto es rentable ya que nos da una utilidad del 53.28 % sobre el valor del gasto de inversión, según el flujo de caja por 1 año. Esperamos tener un crecimiento y rentabilidad de un 70% a un 90% para los años siguientes.



CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



CAPITULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Con la investigación realizada se llegó a la conclusión de que no existe un sitio Web enfocado solo en personas despechadas que cubra todas las necesidades para satisfacer a los usuarios. Por lo que tenemos un amplio mercado que podemos explotar.

Basándonos en las encuestas realizadas a 323 personas se obtuvo información acerca de las inquietudes o sugerencias de temas de interés acerca de las personas que tienen cuentas en alguna red social y que se podrían convertir en futuros usuarios de nuestro sitio. Los resultados que obtuvimos fueron que las personas si están interesadas en pertenecer a una red social para despechados, por lo que se mostraron interesadas en conocer más acerca de nuestro proyecto.

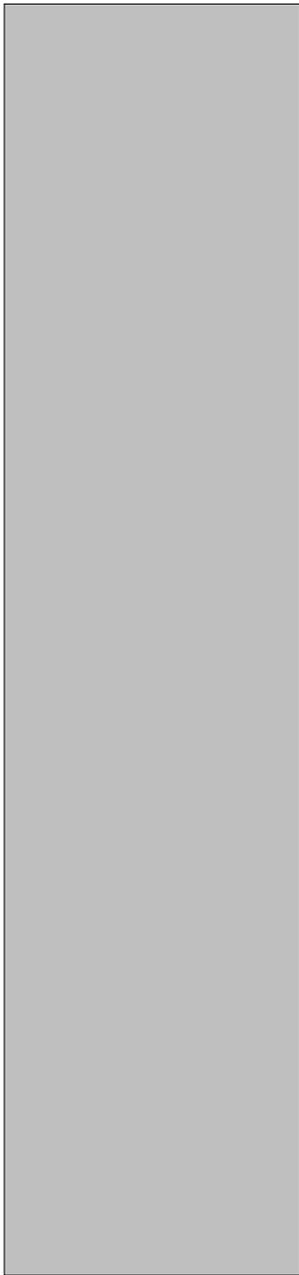
El análisis de nuestro proyecto, durante el periodo de un año arroja resultados favorables en los estados financieros, ya que asimismo como se invierte una cantidad de dinero considerable, se adquiere una rentabilidad muy buena, una vez conocido el sitio y además la afluencia de usuarios que se registren en la misma generará un tráfico considerable de personas, haciendo nuestro sitio muy bueno para publicitar y con esto aumentar los ingresos.

7.2. Recomendaciones

Es importante que nuestra red social “www.despechados.com.ec” produzca una consolidación al mediano y largo plazo para lograr una mayor segmentación del mercado y de esta manera ir creciendo paulatinamente y poder llegar a ser una red social reconocida a nivel nacional e internacional.

Brindar continuamente a los futuros usuarios información que les pueda ser muy útil para sus problemas personales, es importante darle seguimiento a la red e ir conociendo que es lo que día a día buscan más las personas en este tipo de red social para personas despechadas.

Una vez posicionada la Red social “www.despechados.com.ec” en nuestro medio, las empresas podrán publicitar a través de nuestro sitio, donde les brindaremos un buen servicio e imagen y esto lo podrán ver cientos de usuarios que pertenezcan a esta red. Siempre estaremos buscando una mayor variedad en nuestros servicios para que el cliente siempre este trabajando con nosotros y cumplir con sus expectativas.



BIBLIOGRAFIA



Bibliografía

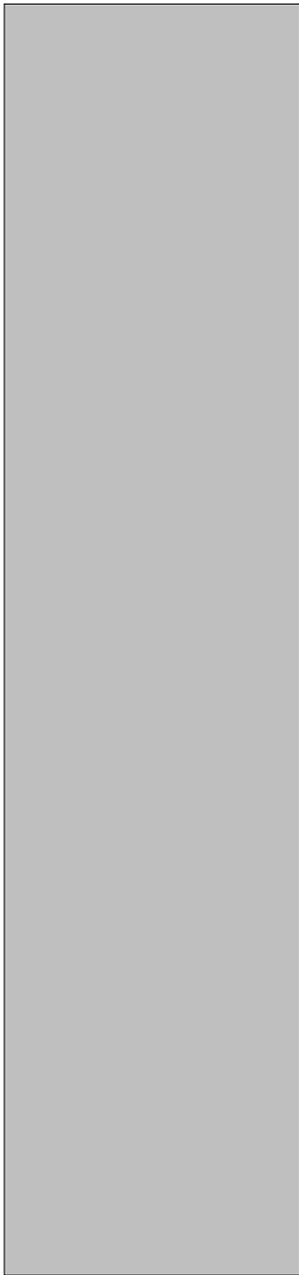
www.monografias.com

www.wikipedia.com

www.facebook.com

<http://boards4.melodysoft.com/app?ID=dating-sex&msg=6&DOC=81>

<http://pmarroquin.lacoctelera.net/post/2007/10/27/abren-europa-museo-solo-despechados>



ANEXOS



ANEXO 1

ENCUESTA REALIZADA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (EDCOM)
ENCUESTA PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACION:
“PROPUESTA DE DESARROLLO DE LA
COMUNIDAD VIRTUAL WWW.DESPECHADOS.COM.EC”

Esta encuesta tiene como objetivo el conocer su opinión sobre la necesidad de implementar un sitio Web en Internet en donde puedan, los usuarios en general, ingresar e intercambiar opiniones y experiencias emocionales, sean por rechazo recibido, indiferencia, problemas de pareja, o hasta aspectos íntimos, y a su vez encontrar soluciones para los mismos.

Su opinión es muy valiosa e importante para nosotros, por lo que agradecemos a usted su objetividad en las respuestas, observaciones y comentarios que provea.

Agradecemos de antemano la información proporcionada.

Encuesta autorizada por:

ESPOL-EDCOM:

Realizada por:

Salvador

Gómez

María

A.:

Daniel Ruiz Ramos: _____

Borja Suco Alfredo: _____

Sección 1: Información general:

Marcar con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

1.- ¿Qué piensa usted acerca de la creación de Despechados.com en Internet?

Si está de acuerdo. X

No está de acuerdo.

Le es indiferente.

Otro: _____

2.- ¿Conoce algún lugar en Internet donde se pueda solicitar información o consejos sobre personas despechadas?

Si, especifique cual? _____

No X

Sección 2: Información de conveniencia de desarrollar el Sitio Web "www.despechados.com".

Marcar con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

3.- ¿Usa usted continuamente el Internet como medio de información?

Frecuentemente X

Rara vez

Poco

Nunca

4.- Si existiera un Sitio Web que contenga información que beneficie a las personas sobre problemas sentimentales, usted:

Ingresaría al sitio Web Si conoce alguno, favor indique:

Le daría desconfianza

Le es indiferente

Nunca ingresaría

5.- ¿Estaría usted dispuesto a recibir consejos por medio de este sitio?

Si No

No

¿Por qué?__Siempre es bueno conocer diversos puntos de vista antes de tomar cualquier decisión_____

Sección 3: Análisis de disposición de parte de los encuestados a gestionar la base de datos para potenciales visitantes a nuestro sitio Web.

6.- ¿Aportaría usted con información personal para formar parte de esta comunidad virtual en Internet?

Si No

No

7.- ¿Le gustaría a usted ser parte de esta comunidad virtual despechados.com?

Si No

No

¿Por qué?__Para conocer personas que compartan mis mismas inquietudes

Sección 4: Calidad de servicio del sitio Web.

8.- ¿Le parece interesante y de fácil acceso este portal?

Si X

No

9.- ¿Cuál ha sido su experiencia previa al buscar este tipo de información al navegar en Internet?

Aburrido

De difícil manejo

Innecesario

No le interesan

No lo ha hecho X

10.- ¿Con que frecuencia usted utilizaría el servicio?

Mucho X

Poco

Nunca

11.- ¿Difundiría usted entre sus amistades este sitio Web para que formen parte de la comunidad virtual www.despechados.com?

Si X

No

Por qué? ___ De una u otra manera todos necesitamos consejos en algún momento de nuestras vidas por motivos amorosos

Nombre: _____ NATALI VALVERDE
MEJIA _____

Dirección: _____

Teléfono: _____

Correo:

_____ natalival@hotmail.com _____

Comentarios y sugerencias:___La idea me parece muy interesante, lo único que s daría como sugerencia es que se clasifique por rango de edades ya que las inquietudes, problemas o dudas de una persona de 20 no son necesariamente las mismas que tiene una persona de 30 o más_____

ANEXO 2

Registro del Dominio



Gracias por Registrar sus dominios con NIC.EC !

Usuario	Contacto Administrativo
borja100	Alfredo Borja

Detalle de dominios solicitados

despechados.com.ec	1 Año	35.00
	Sub-Total: USD \$	35.00
	I.V.A.: USD \$	4.20
	Total: USD \$	39.20

Fecha de Solicitud: 30-Julio-2009

Forma de pago seleccionada

Su forma de pago es con tarjeta



Número: xxxx-xxxx-xxxx-8584

Vencimiento: 02 - 2013

Cerrar