

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

**INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO**

**TEMA**

**DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB  
PARA UNA RED SOCIAL DE MASCOTAS  
“MI MASCOTITA”**

**AUTORES**

**ARIANA ANDREA GARCÍA LEÓN**

**MARIA GABRIELA TORRES VELASCO**

**AÑO**

**2009**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios, Luisito y a nuestras familias por su apoyo incondicional, el mismo que nos ha otorgado las fuerzas suficientes para culminar con nuestra carrera, agradecemos también a nuestros profesores y compañeros, por los conocimientos y las experiencias que hemos recibido y hemos compartido con ellos a lo largo de estos años.

Ariana García L.

Ma. Gabriela Torres V.

## **DEDICATORIA**

A Dios y a mi familia en especial y a todas las personas que colaboraron para que este proyecto se lleve a cabo.

Ariana García L.

## **DEDICATORIA**

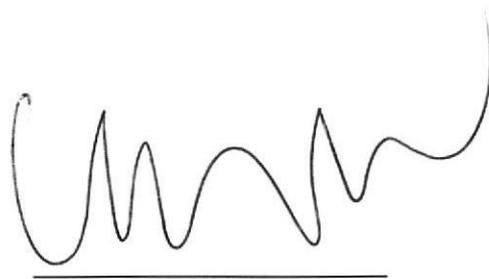
Dedico la presente tesis a los seres que más amo en este mundo, a mis familiares y amigos, por ser la fuente de mi inspiración y sobre todo de motivación para superarme cada día más y así poder luchar cada día por una vida mejor.

Ma. Gabriela Torres V.

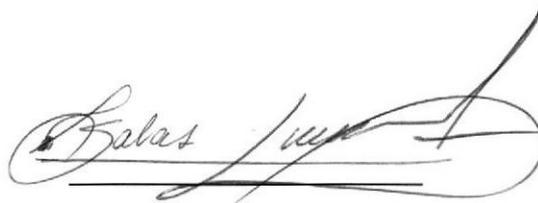
## **DECLARACIÓN EXPRESA**

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

**TRIBUNAL DE GRADO**

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end, positioned above a solid horizontal line.

**Lcdo. Alex Espinoza**  
**DIRECTOR DE TESIS**

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized initial 'E' and the name 'Salas' written in cursive, positioned above a solid horizontal line.

**Ing. Edgar Salas**  
**DELEGADO DEL TRIBUNAL**

## FIRMAS DE AUTORES



---

**Tcnlga. Ariana García León**



---

**Tcnlga. Ma. Gabriela Torres**

## RESUMEN

A continuación les presentamos un breve análisis de lo que es 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 muros 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.

Otro aspecto a mencionar, es el lugar que ocupan las mascotas en nuestras vidas, según diversos estudios científicos, las mascotas además de proporcionar alegría y fomentar hábitos, contribuyen a que los humanos tengamos una vida más saludable y duradera. Una mascota es como un miembro más de la familia, y se ha convertido en mucho más que eso, hombres como mujeres gustan gastar en sus mascotas a parte de su alimentación y salud que es lo necesario, el adquirir ropa o accesorios para ellos, no es un lujo, las personas se han convertido en amantes de los animales.

Por lo tanto hemos encontrado un mercado en crecimiento, como son las redes sociales y uno que no ha sido explotado como lo son las mascotas, la combinación de estas dos variables, 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 75% de los encuestados que poseen mascotas si desean que estas pertenezcan a una red social.

Mi Mascotita, es el nombre que se le ha dado a este sitio web, en el que los usuarios podrán registrar a sus mascotas, crear un perfil con fotos y videos, compartir información con otros miembros del grupo, acceder a información actual sobre el cuidado de mascotas, servicios de directorio (veterinarias, peluquerías, hoteles, etc), publicación de mascotas extraviadas, etc.

Mi Mascotita participara y será parte de cada evento y exposición relacionada con mascotas, ya que queremos posicionarnos como la primera red social para mascotas en nuestro medio, donde los propietarios puedan encontrar en nuestro sitio toda la información que necesiten.

Aproximadamente para el lanzamiento de este proyecto se requerirá de un monto de inversión de \$18.182,80. En un periodo de 3 meses obtendrá el inversionista sus primeros ingresos, será auto sustentable al periodo de un año y posteriormente obtendrán su retorno de inversión; sus ganancias crecerán vertiginosamente, ya que nuestro sitio será el punto de atracción para las empresas que vendan productos de mascotas, desearan 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.

# ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
Agradecimiento	II
Dedicatoria Ariana García L.	III
Dedicatoria Ma. Gabriela Torres	IV
Declaración Expresa	V
Tribunal de grado	IV
Firma de los autores	VII
Resumen	VIII
Índice General	X
Índice de Figuras	XVI
Índice de Tablas	XIX

## **CAPITULO I**

### **DESCRIPCIÓN DE PROYECTO**

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

## CAPITULO II

### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.1 Perspectivas de la Investigación	7
2.2 Planteamiento del Problema	7
2.3 Objetivos de la Investigación de Mercado	7
2.3.1 Metodología de la investigación	8
2.3.2 Encuesta	8
2.3.3 Entrevistas	9
2.3.4 Recopilación de datos secundarios	9
2.3.5 Conclusión de recopilación de datos secundarios	27
2.3.6 Universo del estudio	27
2.3.7 Método cuantitativo	28
2.3.8 Método de muestreo	28
2.3.9 Tipos de estudio	28
2.3.10 Diseño de instrumento a utilizarse	28
2.3.11 Proceso de investigación de mercado	28
2.3.12 Unidad de análisis	29
2.3.13 Entrevista previa a las encuestas	30
2.4 Perfil del consumidor	30
2.5. Plan de Muestreo	31
2.6. Diseño de la Encuesta	33
2.6.1 Métodos: Encuesta personal	33
2.6.2 Trabajo de campo	33

2.6.3 Encuesta piloto	34
2.6.4 Encuesta definitiva	34
2.7. Presentación de Resultados	34

### **CAPITULO III**

#### **PLAN DE MARKETING**

3.1. Antecedentes	57
3.2. Objetivos del Plan de Marketing	57
3.2.1 Misión	57
3.2.2 Visión	57
3.2.3 Nombre de la empresa	57
3.2.4 Planteamiento de los Objetivos del Marketing	58
3.2.4.1 Objetivos General	58
3.2.4.2 Objetivos Específicos	58
3.3 Análisis Estratégico	58
3.3.1 Análisis FODA	58
3.3.2 Fortaleza	59
3.3.3 Oportunidad	59
3.3.4 Debilidades	60
3.3.5 Amenazas	60
3.4. Segmentación del Mercado	60
3.4.1 Segmentación demográfica	61
3.4.2 Segmentación Psicográfica	61

3.4.3 Clases sociales	61
3.5. Mercado Meta	61
3.6. Posicionamiento	62
3.7. Marketing Mix	63
3.7.1 Producto	63
3.7.2 Precio	65
3.7.2 Comunicación y Promoción	67
3.7.3 Publicidad	68
3.7.3 Promoción y venta	73

## **CAPITULO IV**

### **ESTUDIO TECNICO**

4.1. Antecedentes Económicos	75
4.2. Ingeniería de la Producción del Producto	75
4.2.1 Requerimiento Técnico	75
4.2.2 Diseño de la estructura del sitio	77
4.2.2.1 Elementos permanentes de los Sistemas de Navegación	78
4.2.2.2 Elementos variables dentro del esquema de cada página	79
4.2.3 Definición del Diseño Visual de la web	79
4.2.3.1 Análisis del Logotipo	79
4.2.3.2 Análisis general del diseño de las pantallas del sitio	84
4.3. Tamaño del proyecto	89

## **CAPITULO V**

### **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

5.1. Trabajadores por área	91
5.1.1 Director de Proyecto	91
5.1.1.1 Funciones del director	91
5.1.2 Programador	91
5.1.2.1 Funciones del Programador	91
5.1.3 Diseñador Gráfico	92
5.1.3.1 Funciones del Diseñador web	92
5.1.3.2 Funciones del Diseñador multimedia	92
5.2. Organigrama	93
5.2.1 Perfil del Director del Proyecto	93
5.2.2 Perfil del programador	93
5.2.3 Perfil del Diseñador web	94
5.2.4 Perfil del Diseñador multimedia	94

## **CAPITULO VI**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

6.1 Presupuesto de Inversión, Costos y Gastos	96
6.2 Resultado de situación financiera	100

## **CAPITULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

7.1. Conclusiones	102
7.2. Recomendaciones	102

**ANEXOS** 104

ENCUESTAS

**BIBLIOGRAFÍA** 105

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
<b>FIGURA 2-1:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.funepets.com">www.funepets.com</a>	10
<b>FIGURA 2-2:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.vivapets.com">www.vivapets.com</a>	11
<b>FIGURA 2-3:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.petuky.com">www.petuky.com</a>	12
<b>FIGURA 2-4:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.petpop.com">www.petpop.com</a>	13
<b>FIGURA 2-5:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.civiccan.com">www.civiccan.com</a>	14
<b>FIGURA 2-6:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.zootoo.com">www.zootoo.com</a>	15
<b>FIGURA 2-7:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.petcharts.com">www.petcharts.com</a>	16
<b>FIGURA 2-8:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.tvmascotas.com">www.tvmascotas.com</a>	17
<b>FIGURA 2-9:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.petpremios.com">www.petpremios.com</a>	18
<b>FIGURA 2-10:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.petzume.com">www.petzume.com</a>	19
<b>FIGURA 2-11:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.cuteashell.com">www.cuteashell.com</a>	20
<b>FIGURA 2-12:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.doggyspace.com">www.doggyspace.com</a>	21
<b>FIGURA 2-13:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.huesin.com">www.huesin.com</a>	22
<b>FIGURA 2-14:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.en.unitedcats.com/welcome">www.en.unitedcats.com/welcome</a>	23
<b>FIGURA 2-15:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.en.uniteddogs.com/welcome">www.en.uniteddogs.com/welcome</a>	23
<b>FIGURA 2-16:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.lamascota.com">www.lamascota.com</a>	24
<b>FIGURA 2-17:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.mascotasconectadas.com">www.mascotasconectadas.com</a>	25
<b>FIGURA 2-18:</b> Diseño del intro del sitio web <a href="http://www.mundoperrro.com.mx">www.mundoperrro.com.mx</a>	26

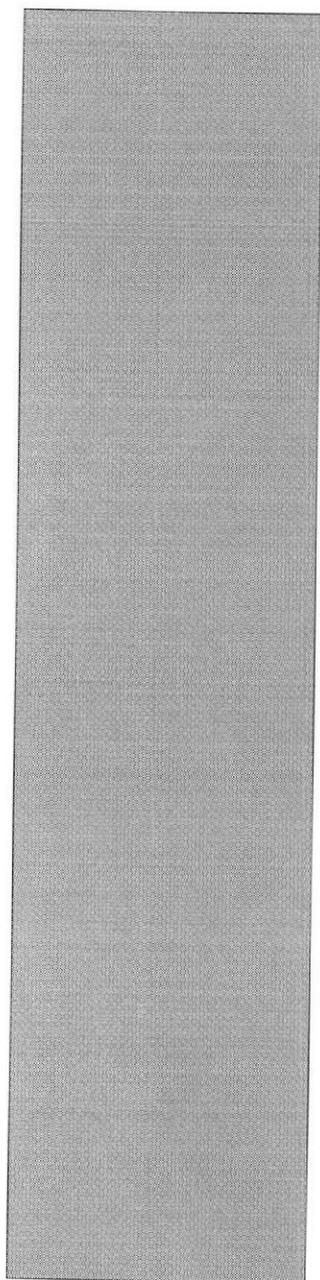
<b>FIGURA 2-19:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta	35
<b>FIGURA 2-20:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta	36
<b>FIGURA 2-21:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 2, opción 2	37
<b>FIGURA 2-22:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 3	38
<b>FIGURA 2-23:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 4	39
<b>FIGURA 2-24:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 5	40
<b>FIGURA 2-25:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 6	41
<b>FIGURA 2-26:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 7	43
<b>FIGURA 2-27:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 8	44
<b>FIGURA 2-28:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 9	45
<b>FIGURA 2-29:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 10	47
<b>FIGURA 2-30:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 11	48
<b>FIGURA 2-31:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 12	49
<b>FIGURA 2-32:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 13	50
<b>FIGURA 2-33:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 14	52
<b>FIGURA 2-34:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 15	53
<b>FIGURA 2-35:</b> Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 17	55
<b>FIGURA 3-1:</b> Diseño del logo Mi Mascotita	58
<b>FIGURA 3-2:</b> Diseño de las camisetas con logo Mi Mascotita	70
<b>FIGURA 3-3:</b> Diseño de las gorras con logo Mi Mascotita	71
<b>FIGURA 3-4:</b> Diseño de los llaveros con logo Mi Mascotita	71
<b>FIGURA 3-5:</b> Diseño de mochila con logo Mi Mascotita	72
<b>FIGURA 3-36:</b> Diseño de tomatodos, plumas y lápiz con logo Mi Mascotita	72

<b>FIGURA 3-37:</b> Diseño de reloj con logo Mi Mascotita	73
<b>FIGURA 4-1:</b> Diseño de la estructura de la página de Inicio	
www.mimascotita.com.ec	78
<b>FIGURA 4-2:</b> Presentación Tipográfica Fuente: Baby Kruffy	80
<b>FIGURA 4-3:</b> Paleta Corporativa en Pantones – Logo Mi Mascotita	80
<b>FIGURA 4-4:</b> Paleta Corporativa en Cuatricromía – Logo Mi Mascotita	80
<b>FIGURA 4-5:</b> Paleta Corporativa en Reproducción RGB – Logo Mi Mascotita	80
<b>FIGURA 4-6:</b> Logotipo Mi Mascotita – versión original	82
<b>FIGURA 4-7:</b> Logotipo Mi Mascotita – versión blanco y negro	82
<b>FIGURA 4-8:</b> Logotipo Mi Mascotita – versión fondo oscuro	83
<b>FIGURA 4-9:</b> Logotipo Mi Mascotita – versión contorno	83
<b>FIGURA 4-10:</b> Logotipo Mi Mascotita – Área de Isolación	84
<b>FIGURA 4-11:</b> Prototipo de Diseño – Página Inicio	85
<b>FIGURA 4-12:</b> Prototipo de Diseño – Página Inicio	86
<b>FIGURA 4-13:</b> Prototipo de Diseño – Página Productos	87
<b>FIGURA 4-14:</b> Prototipo de Diseño – Página Productos	88
<b>FIGURA 5-1:</b> Organigrama de trabajadores por área	93

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
<b>TABLA 2-1:</b> Porcentaje de personas que se le realizaran la encuesta	31
<b>TABLA 2-2:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 1	35
<b>TABLA 2-3:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 2	36
<b>TABLA 2-4:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 2, opción 1	37
<b>TABLA 2-5:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 3	38
<b>TABLA 2-6:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 4	39
<b>TABLA 2-7:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 5	40
<b>TABLA 2-8:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 6	41
<b>TABLA 2-9:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 7	42
<b>TABLA 2-10:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 8	44
<b>TABLA 2-11:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 9	45
<b>TABLA 2-12:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 10	46
<b>TABLA 2-13:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 11	48
<b>TABLA 2-14:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 12	49
<b>TABLA 2-15:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 13	50
<b>TABLA 2-16:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 14	51
<b>TABLA 2-17:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 15	53
<b>TABLA 2-18:</b> Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 17	55
<b>TABLA 3-1:</b> Detalle de precios del servicio del directorio	66
<b>TABLA 3-2:</b> Detalle de precios de los Publi-Banners	67
<b>TABLA 6-1:</b> Detalle de Presupuesto de Inversión	96

<b>TABLA 6-2:</b> Detalle de Presupuesto de Gastos Fijos	97
<b>TABLA 6-3:</b> Detalle de Presupuesto de Ingresos	98
<b>TABLA 6-4:</b> Detalle de Presupuesto de Ingresos por Venta de Productos	98
<b>TABLA 6-5:</b> Detalle de Presupuesto de Ingresos por Servicios y Productos	99
<b>TABLA 6-6:</b> Detalle de Flujo de Caja	99



## *CAPÍTULO I*

### **DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**



## **CAPITULO 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

### **1.1. Generalidades**

Las redes sociales en Internet han ganado su lugar de una manera vertiginosa convirtiéndose en promisorios negocios para empresas y sobretodo en lugares para encuentros humanos. Este fenómeno en crecimiento presuroso ocupa un espacio significativo en la vida de sus asiduos usuarios, para comprender mejor su significado se describirá que es posible hacer en una red social.

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 nuevos miembros y el crecimiento de esa red social puede ser geométrico, es así como tenemos la posibilidad de interactuar con otras personas aunque no las conozcamos, el sistema es abierto y se va construyendo obviamente con lo que cada suscripto a la red aporta, cada nuevo miembro que ingresa transforma al grupo en otro nuevo.

Intervenir en una red social empieza por hallar allí otros con quienes compartir intereses, preocupaciones o necesidades y allí quizás esté gran parte de toda la energía que le da vida a los grupos humanos que conforman esas redes.

Las redes sociales se han hecho más populares en la actualidad, por lo que se llegó a la conclusión de que hay un nicho bastante amplio de gente con conexión a Internet.

En nuestro medio no encontramos redes sociales dedicadas a las mascotas, existen pocos sitios que se dediquen a publicar información sobre animales, noticias, adopción, tips, información de veterinarias, etc. Por lo que hemos encontrado un nicho de mercado que podemos explotar, la creación de una red social específicamente para mascotas.

El sitio web de red social Mi Mascotita permitirá a los usuarios que su mascota sea la protagonista de una fantástica red, donde el material a compartir son galerías de fotos y videos, votación por las mascotas más populares, área de adopción, mascotas

extraviadas, información de clínicas veterinarias, consejos alimenticios, la mejor publicidad de productos para mascotas, acceder a la sección de noticias, es decir podrán encontrar toda la información acerca de mascotas, en un sitio entretenido para los amantes de los animales.

## **1.2. Antecedentes**

Alrededor de 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos. Hacia 2003 se hacen populares con la aparición de sitios tales como Friendster, Tribe y Myspace.

Rápidamente algunas empresas ingresan a las redes sociales. Google lanza en enero de 2004 Orkut apoyando un experimento que uno de sus empleados realizaba en su tiempo libre. En 2005 ingresan Yahoo 360° y otros.

Las Redes sociales funcionan cuando un grupo de personas invitan a sus amigos a formar parte de su red social y así cada miembro invita a sus contactos y la red va creciendo cada vez más, y he aquí que se transforma en un interesante negocio.

Un buen ejemplo de esto es Facebook, una red social enfocada a estudiantes, muy similar a myspace, con millones de usuarios registrados y donde ha habido una importante inversión publicitaria de parte de Microsoft.

### **Herramientas de las redes sociales**

Las herramientas que proporcionan en general las redes sociales en Internet son:

- \* Actualización automática de la libreta de direcciones
- \* Perfiles visibles
- \* Capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea.

### **1.3. Importancia del Estudio**

Dada la importancia que se le da hoy en día, el pertenecer a un red social y de formar parte del mundo cibernético se ha convertido en nuestro medio en una necesidad más en la vida actual, es por ello que nuestra propuesta tiene un mercado potencial y con proyecciones de tener gran éxito. La red social Mi Mascotita, busca nutrir de conocimientos a las personas, acerca de la importancia del cuidado de las mascotas, confirmando así que el tener una mascota hace la vida de las personas mucho más placentera. Además a través de nuestro sitio web nos daremos a conocer en nuestro medio y fuera del mismo ya que una red social busca crecer, para poco a poco expandirse a otros países y ser mundialmente reconocida.

### **1.4. Objetivos**

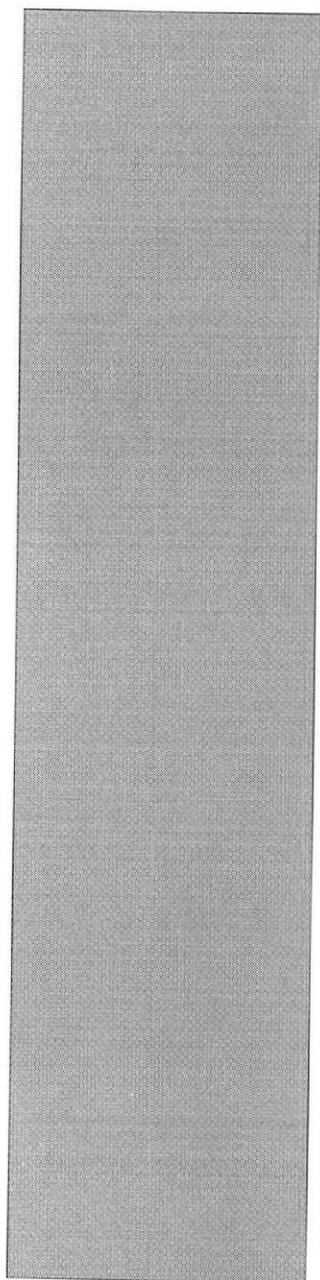
#### **1.4.1 Objetivo General:**

- Crear una red social donde participen personas con intereses en común como lo son las mascotas.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos:**

- Fortalecer los vínculos entre propietario y mascota
- Crear perfiles para mascotas, donde los usuarios puedan subir sus fotos, sus videos, hacer amigos, subir comentarios, etc.
- Mostrar un directorio actualizado donde se acceda a información de todos los establecimientos de tiendas de mascotas, clínicas veterinarias, hoteles para mascotas y peluquerías caninas.
- Contribuir en la valoración, conciencia y protección de los animales.

- Fomentar la adopción de mascotas, para contrarrestar el exceso de mascotas agrupadas en refugios de animales.
- Promocionar nuestro sitio a través de eventos masivos relacionados a mascotas.



## *CAPÍTULO II*

# INVESTIGACIÓN DE MERCADO



## **CAPITULO 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **2.1. Perspectivas de la Investigación**

Con la investigación a realizar esperamos recolectar la mayor información, sobre los gustos y preferencias de las personas acerca de las mascotas y que se podrían requerir en nuestra red social, además buscamos posicionarnos en la mente de nuestros usuarios como la primera red social de mascotas en nuestro medio, y ser su mayor fuente de información al momento de búsqueda de algún servicio para mascotas. Como red social buscamos que nuestro sitio sea un vínculo entre personas que gustan de los animales y que deseen interactuar con personas con los mismos intereses, sus mascotas.

### **2.2 Planteamiento del Problema**

Uno de los problemas que existe en nuestro medio es la falta de información sobre las mascotas y sus cuidados. Muchas personas que poseen mascotas gustan de llevarlas a la peluquería, comprarles ropa, también hacerles videos y fotografiarlas para luego subir sus fotos a su red social como Facebook, Myspace, Hi5, etc donde las personas pueden crearles álbumes a sus mascotas dentro de su propio perfil, pero muy pocas personas crean un perfil para sus animales. Por lo que con la creación de una red social específicamente para mascotas, los usuarios podrán subir fotos y videos de sus mascotas y encontrar información actual acerca del cuidado de los animales, porque en nuestro medio existen pocos sitios web que se enfoquen específicamente a las mascotas.

### **2.3. Objetivos de la Investigación de Mercado**

El objetivo de la investigación está orientado a determinar específicamente aspectos generales y específicos de nuestra red social que nos permitirá conocer y evaluar los intereses de los propietarios de las mascotas.

La planificación de los servicios que logrará Mi Mascotita 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 tenga acceso a un directorio veterinario, para contactarlo de una manera más fácil.
- Preguntas a veterinarios online, para casos de emergencia.
- Conseguirle pareja para cruzarlos entre su misma raza.
- Información acerca del cuidado y limpieza de las mascotas.
- Información sobre la historia de razas de diferentes tipos de animales y cual es la más adecuada para su tipo de hogar.
- Crear secciones por tipos de mascotas.
- Publicación de mascotas extraviadas.

### **2.3.1 Metodología de la investigación**

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

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

### **2.3.2 Encuesta:**

Escogeremos a un parte de la población, que seria la ciudad de Guayaquil, donde se estimará la representación de la población total que es el Ecuador. Se realizará una serie de encuestas a personas que tengan mascotas, donde obtendremos información de cuáles son sus preferencias, intereses, que servicios desean que tengan 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 veterinarios para que nos aporten con temas de interés para el sitio, consejos para nuestras mascotas, cuidados que debemos tener y así poder compartirlo con los usuarios.

Nos entrevistaremos con los refugios de animales para establecer contactos y poder contribuir con la adopción de animales que pertenezcan a este refugio y disminuir la acumulación de mascotas en los mismos.

Nos contactaremos con veterinarias, peluquerías de mascotas, tiendas de mascotas, proveedores de alimentos para animales, 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 y que es lo que hace que estas redes vayan creciendo cada vez más.

A continuación presentamos una muestra de las diferentes redes sociales de mascotas alrededor del mundo:

## Fun-E-Pets

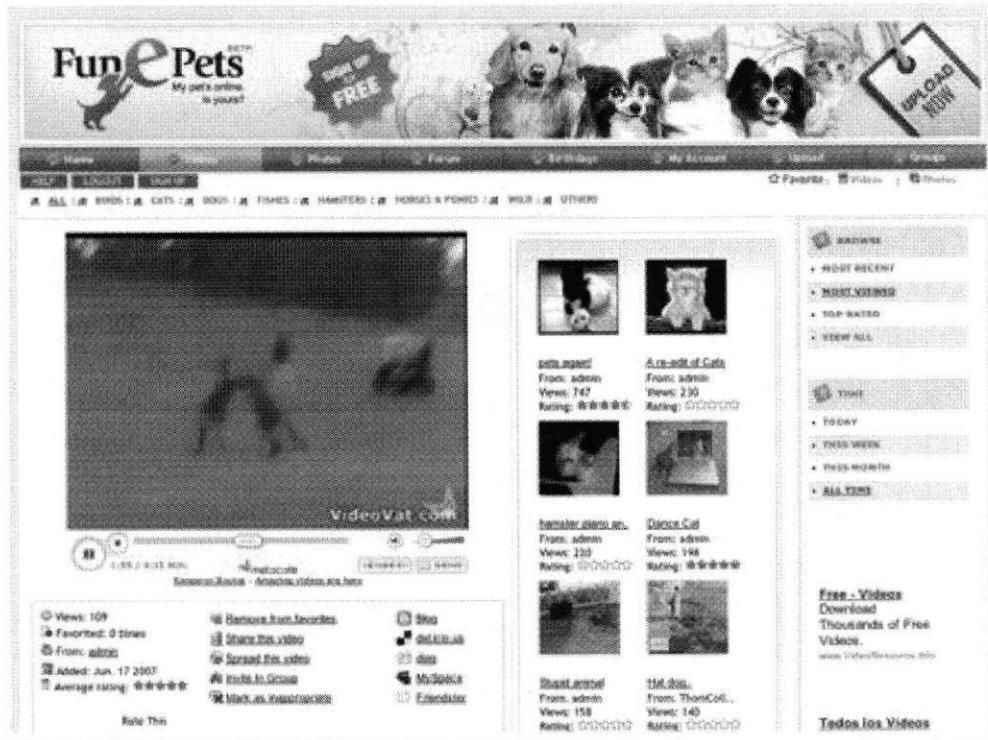


Figura 2-1: Diseño del intro del sitio web [www.funepets.com](http://www.funepets.com)

Elaboración: Funepets

[1] <http://www.funepets.com>

- Red social para todo tipo de mascotas
- Apartado de cumpleaños
- Envío de postales electrónicas
- Foros de discusión

## Vivapets



Figura 2-2: Diseño del intro del sitio web [www.vivapets.com](http://www.vivapets.com)

Elaboración: Vivapets

[2] <http://www.vivapets.com>

- Galería de fotos
- Servicios de mascotas populares
- Foros
- Áreas de adopción

## Petuky



Figura 2-3: Diseño del intro del sitio web [www.petuky.com](http://www.petuky.com)

Elaboración: Petuky

[3] <http://www.petuky.com/public/home>

- Compras B2B en la que los minoristas se pueden favorecer de precios especiales.
- Participación con protectoras animales
- Canal de video
- Anuncios busco pareja para mascotas
- Directorio de empresas

## Petpop

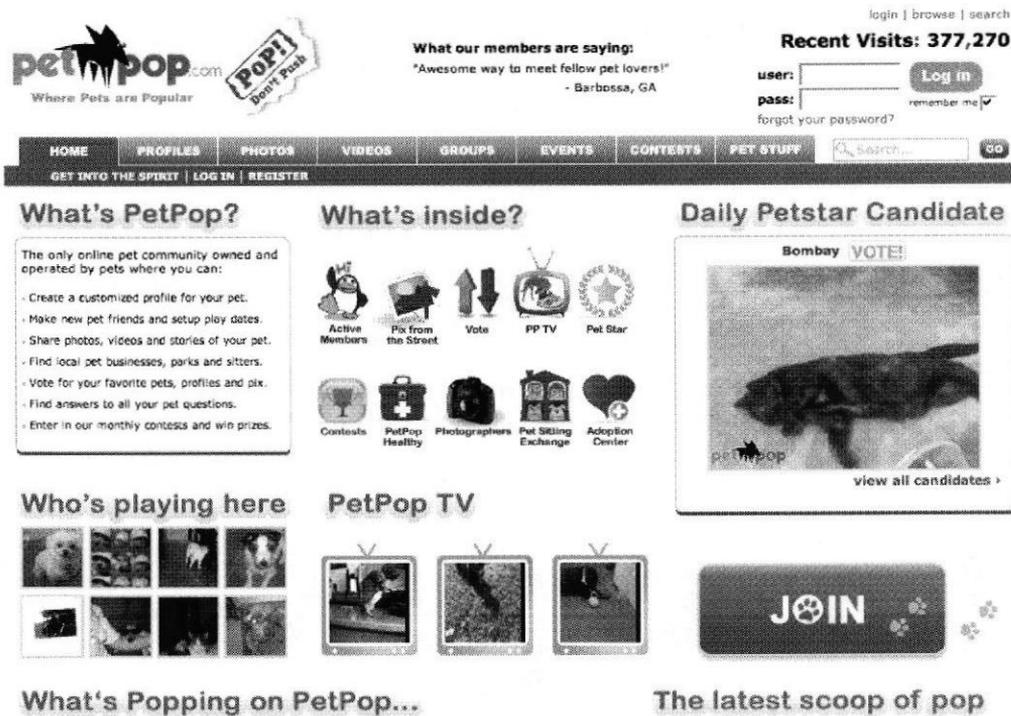


Figura 2-4: Diseño del intro del sitio web www.petpop.com

Elaboración: Petpop

[4] <http://www.petpop.com/>

- Perfil para mascotas (especie, sexo, raza, peso, edad, etc).
- Secciones como “La mascota camino a la fama”
- Salud: pueden recibir y dar consejos sobre cierto tipo de mascota
- Sección de “adopta una mascota”.
- Dispone su perfil de su propia url personalizada.
- Cuenta con un indicador de actividades
- Lista de nuevas mascotas.

## Civiccan



Figura 2-5: Diseño del intro del sitio web [www.civiccan.com](http://www.civiccan.com)

Elaboración: Civiccan

[5] <http://www.civiccan.com/>

- Plataforma de adopción de mascotas on-line.
- Testimonio de cuidadores y profesionales.
- Incentivar una cultura de compromiso entre las personas que acogen un perro.

## ZooToo



Figura 2-6: Diseño del intro del sitio web [www.zootoo.com](http://www.zootoo.com)

Elaboración: Zootoo

[6] <http://www.zootoo.com/>

- Perfil para mascotas
- Anuncios de eventos relacionados con mascotas
- Reseñas sobre diferentes productos para animales o incluso comprarlos
- Conocer y compartir charlas con otros amantes de los animales
- Grupos según el animal o animales que poseamos, como perros, gatos, pájaros, peces o caballos.
- Área de adopción, o compra y venta de los mismos.
- ZooTooTV donde muestran diferentes temas relacionados con las mascotas.

## Pet Charts

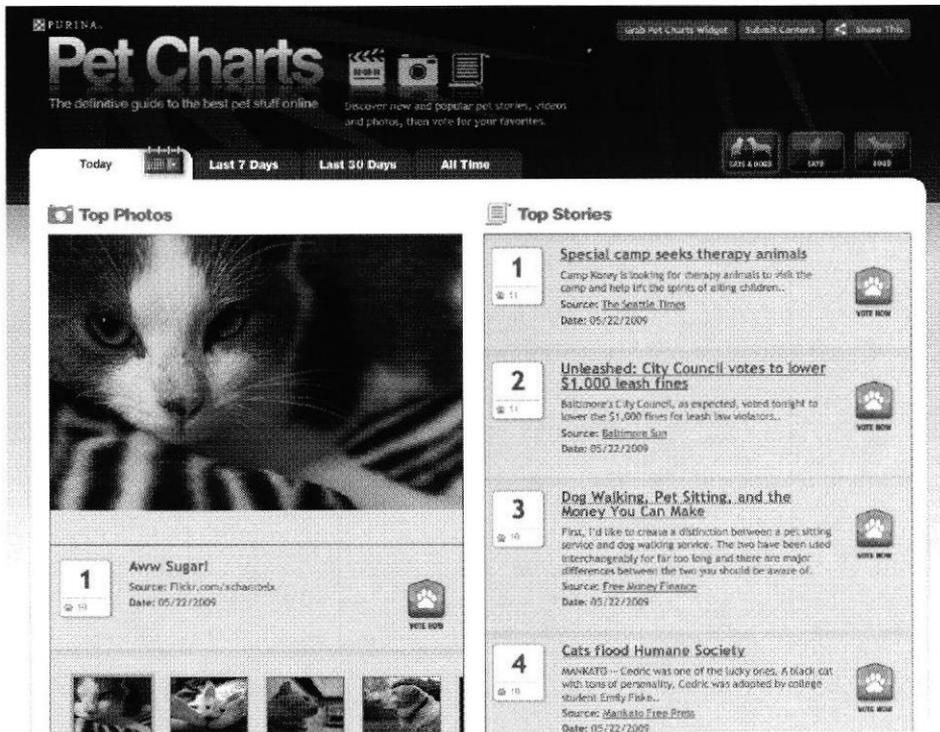


Figura 2-7: Diseño del intro del sitio web [www.petcharts.com](http://www.petcharts.com)

Elaboración: Pet Chart

[7] <http://www.petcharts.com/>

- Purina lanza un digg para mascotas.
- Sistema de noticias incluidas por los propios usuarios para divulgar las mascotas más votadas.
- Temas relacionados con el mundo del perro y del gato entre los que podemos encontrar fotos, vídeos, artículos, historias, etc.

## TVMascotas



Figura 2-8: Diseño del intro del sitio web [www. tv mascotas.com](http://www.tv mascotas.com)

Elaboración: TvMascotas

[8] <http://www.tv mascotas.com/>

- Perfil para mascotas.
- Invitaciones para amigos
- Fotos, videos, debates, consejos, etc.

## PetPremios



Figura 2-9: Diseño del intro del sitio web [www. petpremios.com](http://www.petpremios.com)

Elaboración: Petpremios

[9] <http://www.petpremios.com>

- Sitio web de Brasil.
- Registro de mascotas para que participen en concursos.
- Los ganadores pueden recibir premios que van cambiando con el tiempo.
- Videos, mensajes, rankings, etc.

## Petzume

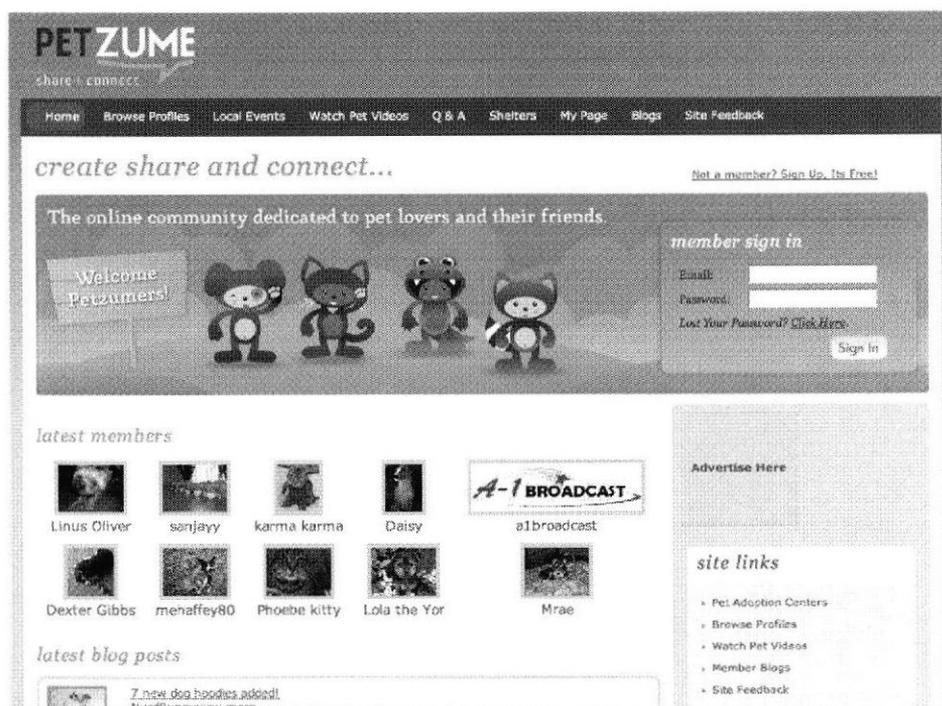


Figura 2-10: Diseño del intro del sitio web [www.petzume.com](http://www.petzume.com)

Elaboración: Petzume

[10] <http://www.petzume.com/>

- Perfil para mascotas
- Compartir experiencias, información, fotos y/o vídeos de su mascota.
- Sección en la que podremos encontrar ofertas de mascotas en adopción y otros eventos relacionados con las mascotas

## Cut as Hell

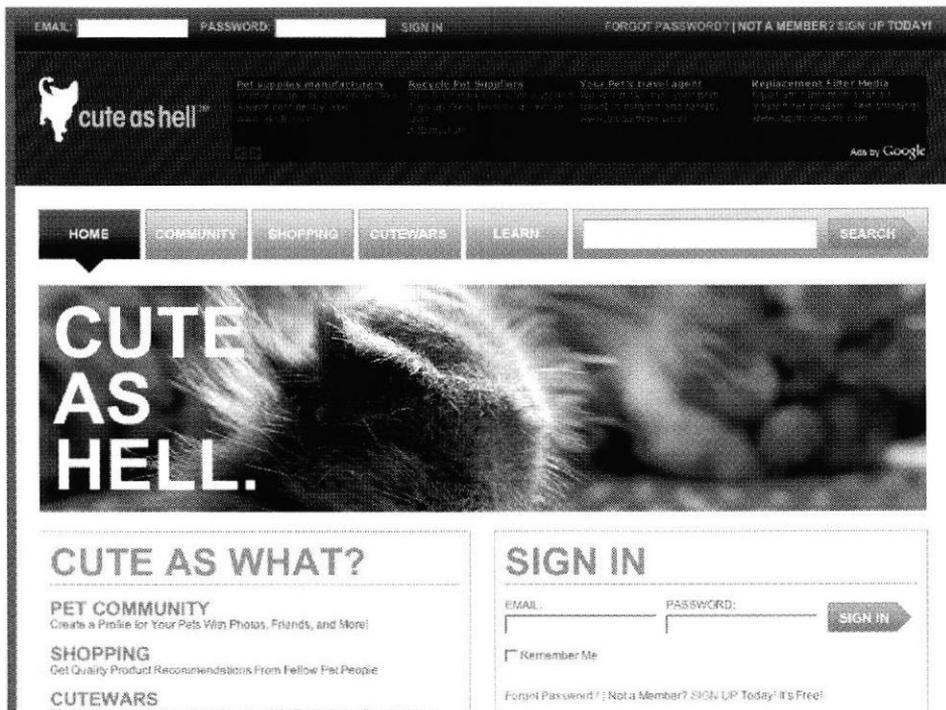


Figura 2-11: Diseño del intro del sitio web www.cuteashell.com

Elaboración: Cute as hell

[11] <http://www.cuteashell.com/>

- Perfil para mascotas
- Relacionar a los amantes de las mascotas.
- Visualizar productos para nuestras mascotas y adquirirlos en Amazon
- Agregar servicios para mascotas dentro de la red social.
- Se encuentra en inglés y que es prácticamente obvio que su target es el público norteamericano.

## Doggyspace.com

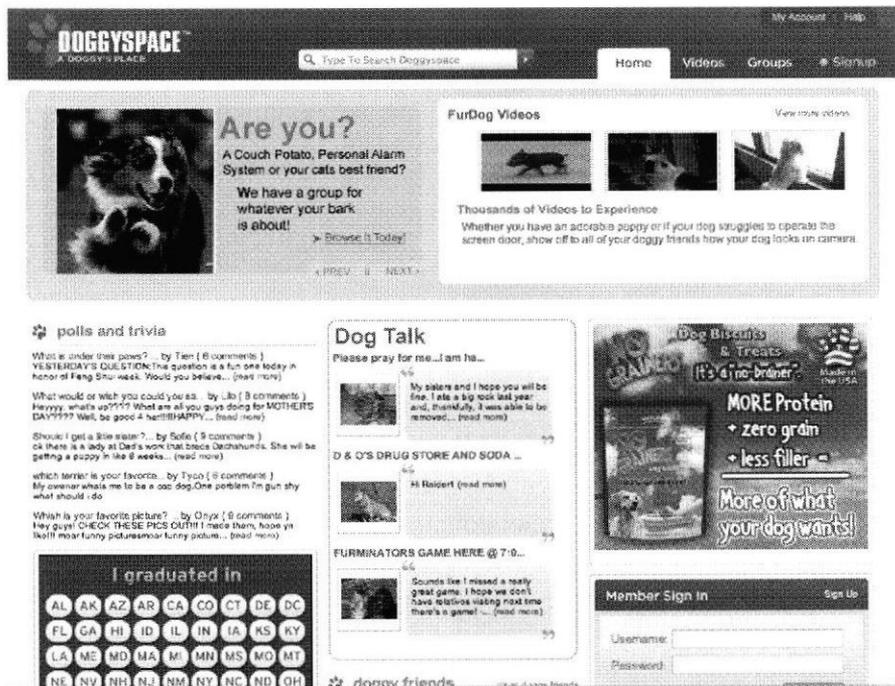


Figura 2-12: Diseño del intro del sitio web www.doggyspace.com

Elaboración: Doggyspace

[12] <http://www.doggyspace.com>

- Perfil para mascotas.
- Es un sitio donde los canes y sus dueños pueden conseguir nuevos amigos.
- Allí se pueden reunir los dueños de perros de todo el mundo para compartir fotos y videos de sus mascotas.
- Las cuentas del sitio son gratuitas, pero ofrecerán cuentas Premium pagas, que incluya servicios extras.
- Hacer nuevos amigos y conseguir pareja para las mascotas

## Huesin

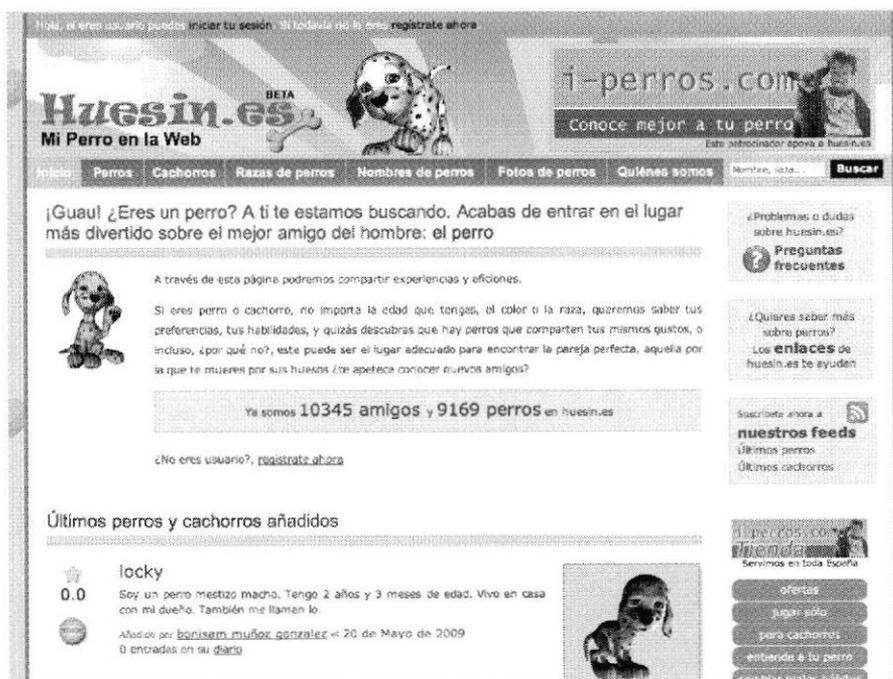


Figura 2-13: Diseño del intro del sitio web www.huesin.com

Elaboración: Huesin

[13] <http://www.huesin.es/>

- Perfil para perros
- Cada perro puede estar clasificado por edad.
- Historias, fotos, descripciones, buscar canguro en vacaciones.

## Unitedcats, Uniteddogs

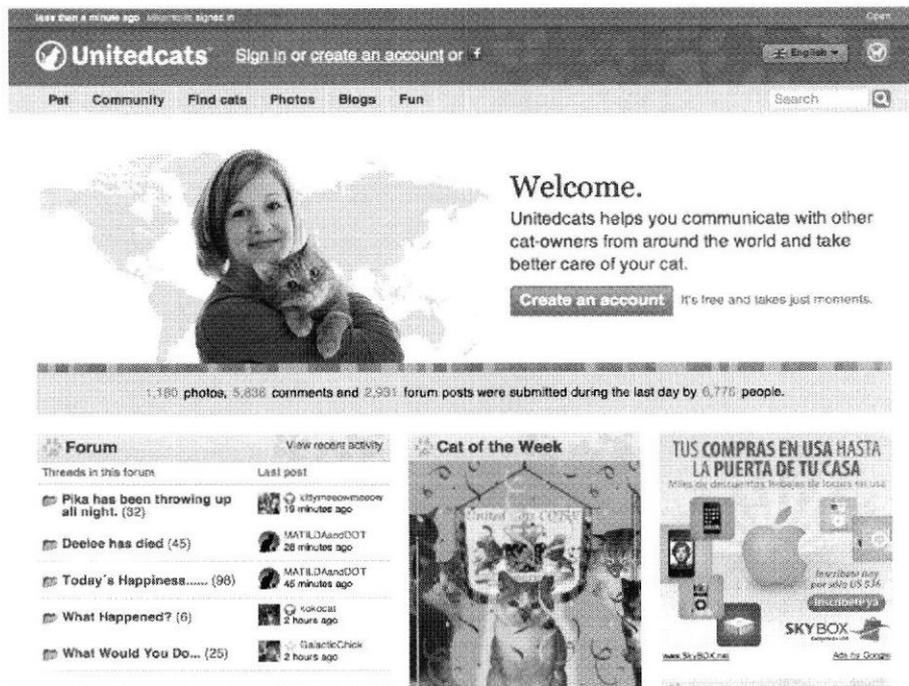


Figura 2-14: Diseño del intro del sitio web [www.en.unitedcats.com/welcome](http://www.en.unitedcats.com/welcome)

Elaboración: Unitedcats



Figura 2-15: Diseño del intro del sitio web [www.en.uniteddogs.com/welcome](http://www.en.uniteddogs.com/welcome)

Elaboración: Uniteddogs

[14] <http://en.unitedcats.com/welcome>

[15] <http://en.uniteddogs.com/welcome>

- Página hecha única y exclusivamente para perros y gatos respectivamente.
- Límite de 50 fotos por página
- Fóruns, blog para que cada animalito cuente su variado día a día.

## La Mascota

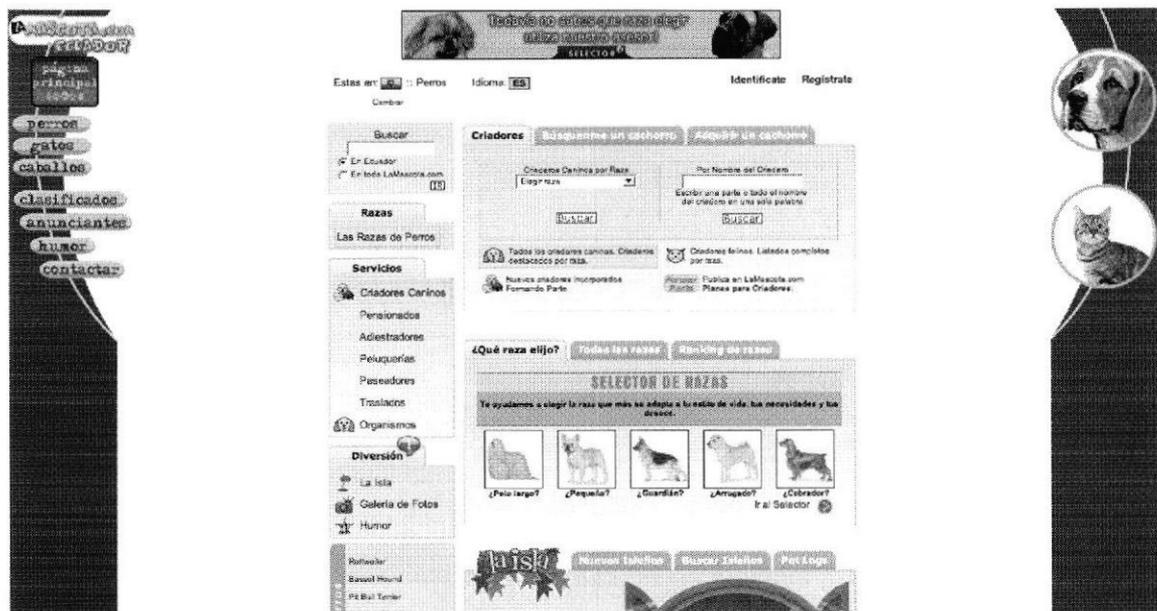


Figura 2-16: Diseño del intro del sitio web [www.lamascota.com](http://www.lamascota.com)

Elaboración: La mascota

[16] <http://lamascota.com>

- Sitio web de perros, gatos y caballos por raza
- Servicios de adiestradores, peluquerías, paseadores, criaderos.
- Sección “La Isla”, las personas pueden registrar a sus mascotas y subir fotos y también crear un casa virtual, donde los grupos de usuarios pueden visitar los perfiles de todas las mascotas.

- Participan países: Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, USA, Uruguay y Venezuela.
- Existen personas de Ecuador registradas, de diferentes provincias pero el sitio web no es conocido, no existen servicios de peluquerías disponibles, ni de paseadores, ni anunciantes.

### Mascotas conectadas



Figura 2-17: Diseño del intro del sitio web [www.mascotasconectadas.com](http://www.mascotasconectadas.com)

Elaboración: Mascotas conectadas

[17] [http:// www.mascotasconectadas.com](http://www.mascotasconectadas.com)

- Red Social de mascotas de argentina
- Perfil para mascotas
- Tiene un link de acceso en facebook.

## Mundoperro



**Figura 2-18: Diseño del intro del sitio web [www.mundoperro.com.mx](http://www.mundoperro.com.mx)**

**Elaboración: Mundo Perro**

[18] <http://www.mundoperro.com.mx>

- Portal de Internet mexicano que cuenta con paraísos virtuales y una red social.
- Portal con programas de TV en Televisión abierta.
- Tienda canina virtual.
- Servicio de cupido canino.
- Búsqueda de ejemplares extraviados, robados y hasta secuestrados.
- Paraíso virtual en el que se educa a los niños sobre las responsabilidades contraídas al poseer una mascota
- Mediante SMS de sus celulares y por medio de tarjetas de crédito se adquiere los diversos productos que ofrece el portal.

### **2.3.5 Conclusión de recopilación de datos secundarios:**

Basándonos en la información adquirida a base de la recopilación de datos secundarios, se ha determinado que el sitio Mi Mascotita tenga el siguiente contenido, detallado a continuación:

#### **Red Social - Mi Mascotita**

- Creación de perfiles para todo tipo de mascotas, por raza
- Las personas podrán compartir experiencias, hacer comentarios, subir fotos, videos, etc.
- Entretenimiento: la mascota más votada, mejor video, foto mas graciosa.
- Área de adopción
- Servicio de mascotas extraviadas.
- Área de venta de productos de mi mascotita
- Servicio de busca pareja entre mascotas
- Servicio de chat, donde los usuarios de mascotas pueden relacionarse con otros propietarios.
- Artículos sobre diferentes temas sobre el cuidado de mascotas
- Área de salud, consultas con veterinarios online
- Servicio de directorio de empresas especializado en mascotas
- Participación en eventos para mascotas
- Los mejores anunciantes con productos para mascotas.
- Tarjeta de descuento, para socios de mi mascotita, apoyo a FADA

### **2.3.6 Universo del estudio:**

Definiendo 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 todos los propietarios de mascotas de la ciudad de Guayaquil.

### **2.3.7 Método cuantitativo:**

Encuesta aplicada a las personas en general y a personas que se encontraban en tiendas de mascotas y de algunas veterinarias.

### **2.3.8 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 a quien será encuestado hasta completar el tamaño de la muestra.

### **2.3.9 Tipos de estudio:**

La investigación de campo se baso en el criterio cualitativo.

El criterio cualitativo permite conocer específicamente 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.

### **2.3.10 Diseño de instrumento a utilizarse**

Se delimito como población para realizar el presente estudio a las personas propietarias de mascotas o de las que gustarían tener alguna.

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.

### **2.3.11 Proceso de investigación de mercado:**

El objetivo fue obtener información de fuentes primarias, ya que no existe un sitio de redes sociales en nuestro medio.

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

- Obtener datos demográficos.
- Conocer los gustos y preferencias.
- Probar que existen suficientes propietarios de mascotas, 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 mascotas 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 Mi Mascotita.

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

### **2.3.12 Unidad de análisis:**

Se estableció como unidad de análisis

Un punto de recolección de información fue la entrevista a veterinarios, estos fueron:

Dr. Edison Burgos Castro (Clínica veterinaria Burgos)

Para realización de esta investigación se realizaron 3 pasos:

- Encuestas previas con los propietarios de las mascotas 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.

### **2.3.13 Entrevista previa a las encuestas**

El instrumento utilizado como se mencionó anteriormente es la encuesta, la misma que se realizó en la semana del 16 al 20 de abril del 2009, respectivamente en veterinarias y peluquerías de mascotas donde suelen acudir personas que se ajustan al perfil requerido.

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 propietarios de mascotas.

El objetivo de la encuesta fue la de conocer los temas que podrían ser considerados publicar en nuestro sitio para los posibles usuarios.

Por lo que esta encuesta sirve de herramienta para obtener un mapa de 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 personas en general, de 12 años en adelante, que sean de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto. La mayoría de las personas están familiarizadas con las redes sociales y es muy probable que las personas que tengan mascotas, 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 sus mascotas.

Decidimos encuestar en lugares estratégicos como lo son: peluquerías y veterinarias y además a personas en general que gusten de las mascotas.

## 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 (proximidad con el investigador, amistad, etc) Este tipo de muestreo es adecuado en esta investigación, principalmente por la inexistencia de información confiable en los organismos de control.

<b>%</b>	<b>Descripción de la probabilidad</b>	<b>No. Propietarios de mascotas</b>	<b>% de adaptación/fallo</b>
<b>P(éxito)</b>	Personas que tengan mascotas en Guayaquil	435.245	16.07
<b>Q(fracaso)</b>	Personas que no tengan mascotas en Guayaquil	2.272.131	83.92
<b>Probabilidad</b>	Total de habitantes de Guayaquil zona urbana	2.707.376	100%

**Tabla 2-1: Porcentaje de personas que se le realizaran la encuesta**

**Elaboración: Por los autores**

[19] Fuente tomada de FADA Fundación Amigo de los animales e [20] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC),

Estas cifras no son parámetros exactos debido a que la zona de estudio comprende solo la población de Guayaquil y no de todo el Ecuador.

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

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

Donde:

N= Tamaño de la Muestra

Z= Porcentaje de datos que se alcanza desde 1% de confianza del 95%

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

D= Máximo error permisible

De los cuales se asignaron los siguientes datos:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,05) (0,05)}{(0,05)^2}$$

$$Z = 1.96$$

$$D = 0.05$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$n = 384,16$$

$$n = 400$$

## **2.6. Diseño de la Encuesta**

Se ha diseñado una encuesta como herramienta principal de investigación, la cual esta acompañada de un documento a manera de resumen ejecutivo del proyecto, el mismo que se les entrego a las personas.

La encuesta se diseño 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.
- Información de las personas que posean mascotas: tipos y razas.
- Indicación sobre frecuencia de visitas al veterinario, peluquerías e información general de mascotas.

### **2.6.1 Métodos: Encuesta personal**

Tipos de pregunta: Preguntas abiertas y cerradas

Duración de la encuesta: 5 min aproximadamente.

El total de numero de encuestas es de 400, por motivo de tiempo de ejecución del proyecto se han realizado tan solo 100 encuestas como numero representativo de nuestro tamaño de muestra.

### **2.6.2 Trabajo de campo:**

Al realizar un total de 100 encuestas la mayoría de las personas colaboraron sin dificultad, en especial al saber que era sobre mascotas ya que la mayoría de los encuestados fueron personas que les encantan los animales.

### **2.6.3 Encuesta piloto:**

Por conveniencia de la investigación, la encuesta piloto fue realizada en veterinarias, peluquerías de Guayaquil y a personas en general.

### **2.6.4 Encuesta definitiva:**

En base a que este proyecto es sólo una propuesta se ha realizado un total 100 encuestas, para obtener un resultado representativo del total de número de encuestas (400 encuestas).

Las encuestas fueron realizadas del 16 al 20 de abril, de la siguiente manera:

En veterinarias se hicieron 50 encuestas.

En peluquerías se hicieron 25 encuestas.

A personas en general se hicieron 25 encuestas.

El modelo de cuestionario que se utilizó para llevar a cabo las encuestas se encuentra en anexos.

## **2.7. Presentación de Resultados**

Se realizaron el total de 100 encuestas como un número representativo para la presentación de nuestra propuesta.

### **PREGUNTA 1**

**Indique usted en qué lugar usa frecuentemente el internet**

(Respuesta varias opciones)

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	Uso del Internet
Casa	45%
Trabajo	68%
Cyber	12%
Otros	0%

Tabla 2-2: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 1

Elaboración: Por los autores

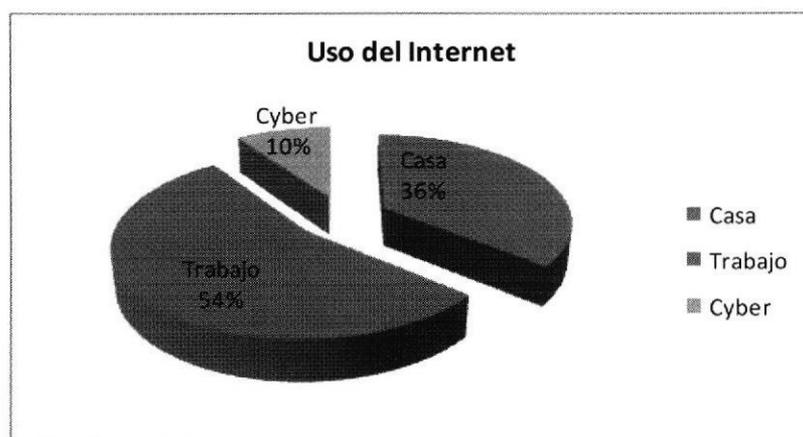


Figura 2-19: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 1

Elaboración: Por los autores

Los resultados que nos muestra el cuadro estadístico sobre el uso de internet, indica que la mayoría de las personas usan frecuentemente el internet en sus trabajos con un 68%, con un 45% en sus casas y con el 12% en cybers, esto se da por que gran parte del tiempo de las personas pasan en su trabajo y tienen mas acceso a internet, o también se da por que no disponen del servicio de internet en sus casas.

## **PREGUNTA 2**

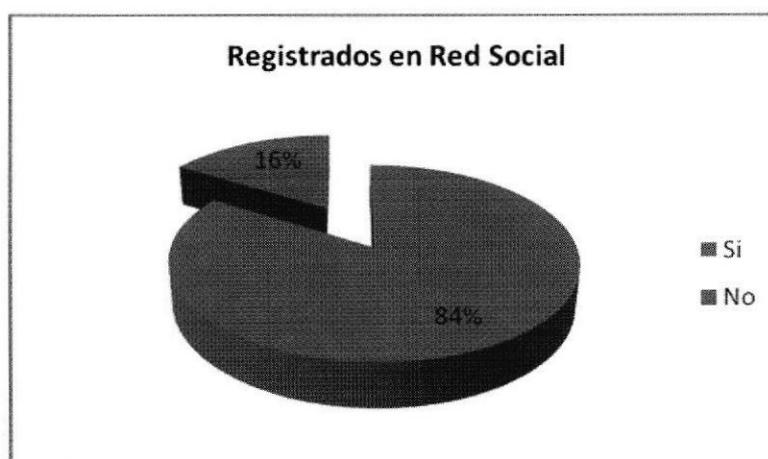
**¿Se encuentra usted registrado en alguna red social?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Registro de Red social</b>
Si	84%
No	16%

**Tabla 2-3: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 2**

**Elaboración: Por los autores**



**Figura 2-20: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 2**

**Elaboración: Por los autores**

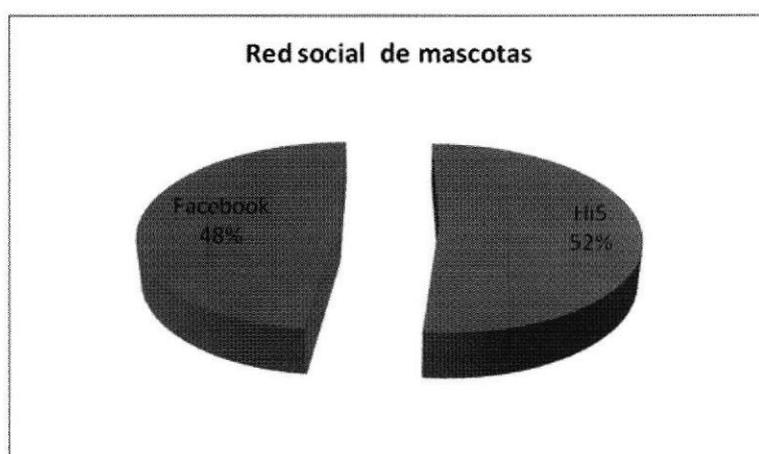
Gran parte de las personas encuestadas se encuentran registrados en algún tipo de redes sociales el 84% de los encuestados lo están y el 16% no lo están. Cada día las redes sociales van teniendo mas acogida por parte de las personas y estos hace que sigan creciendo y cada vez más personas se vallan uniendo algún tipo de red social.

### Que tipo de red social

Intervalo	Tipo Red social
Hi5	60%
Facebook	56%

**Tabla 2-4:** Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 2, opción 1

Elaboración: Por los autores



**Figura 2-21:** Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 2, opción 2

Elaboración: Por los autores

En el tipo de red social que se encuentran registrados los encuestados el 60% están en Hi5 y el 56% en facebook , están casi registrados de igual manera. Algunas personas se encuentran registradas en las dos redes sociales a la vez en Hi5 y facebook.

### PREGUNTA 3

¿Con que tipo frecuencia usted ingresa a este tipo de redes sociales?

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	Uso de redes sociales
Frecuentemente	52%
Poco	25%
Rara vez	14%
Nunca	9%

Tabla 2-5: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 3

Elaboración: Por los autores

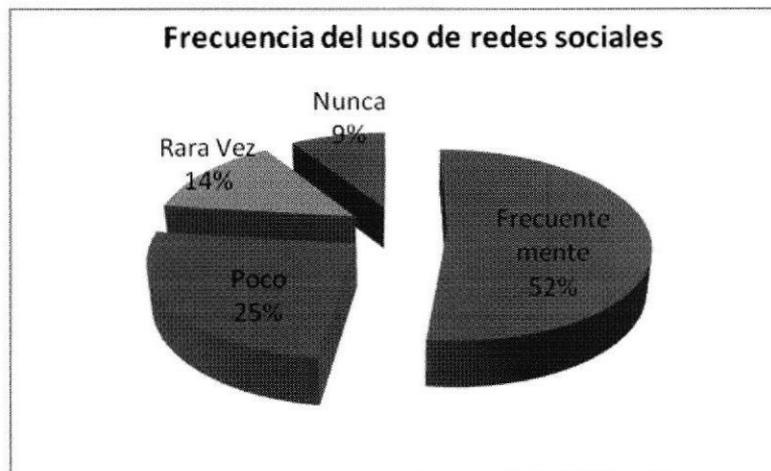


Figura 2-22: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 3

Elaboración: Por los autores

La frecuencia de ingreso de los encuestados a las redes sociales es del 52% los que lo realizan frecuentemente, el 25% los que ingresan pocas veces, el 14% los que ingresan rara vez y los que nunca ingresan es del 9%. Los resultados en esta pregunta muestra

que gran parte de los encuestados ingresan a estos tipos de redes sociales, unas lo hacen con mas frecuencia otras pocas veces, pero la gran mayoría de los encuestados frecuentan algún tipo de red social.

#### **PREGUNTA 4**

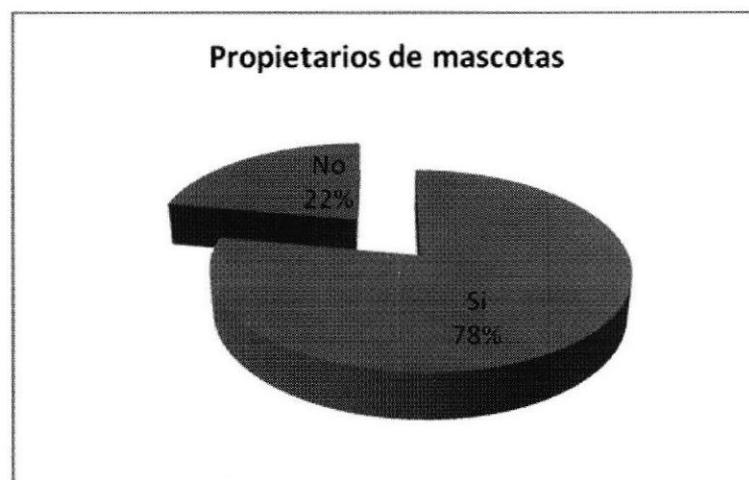
**¿Es usted propietario de alguna mascota?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados

<b>Intervalo</b>	<b>Propietario de mascotas</b>
Si	78%
No	22%

**Tabla 2-6: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 4**

**Elaboración: Por los autores**



**Figura 2-23: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 4**

**Elaboración: Por los autores**

El mayor número de los encuestados son propietarios de alguna mascota con el 78% y el 22% son las personas que no poseen mascota. Estas encuestas se realizaron en

diferentes sitios, pero gran parte en veterinarias, peluquerías y tiendas de mascotas por esa razón la mayoría de las personas encuestadas tienen mascotas.

## **PREGUNTA 5**

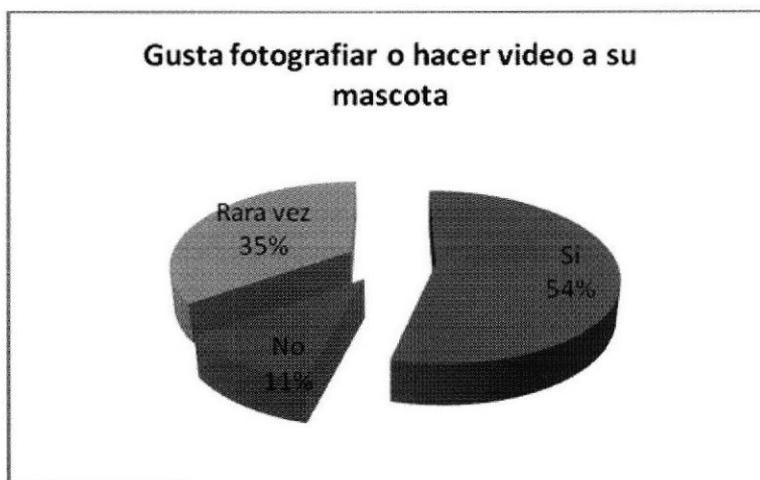
**¿Gusta usted fotografiar o hacerles videos a su mascota?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	Fotografiar o videos de mascotas
Si	54%
No	11%
Rara Vez	35%

**Tabla 2-7: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 5**

Elaboración: Por los autores



**Figura 2-24: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 5**

Elaboración: Por los autores

El 54% de los encuestados gustan de fotografiar o hacer videos a sus mascotas el 35% lo hace rara vez y el 11% no le gusta fotografiarlos ni realizarle videos. Vemos que en la mayor parte de las personas gustan realizar este tipo de actividad con sus mascotas y a la vez comparten su tiempo con ellos.

## **PREGUNTA 6**

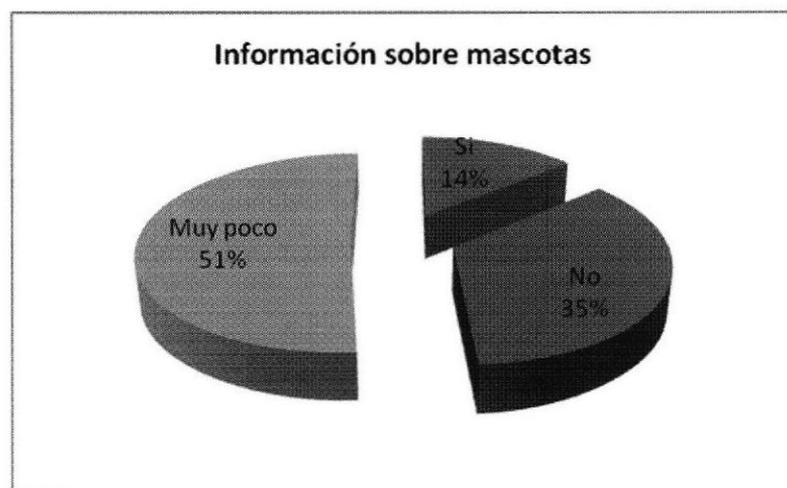
**¿Tiene usted acceso a información sobre mascotas?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Información sobre mascota</b>
Si	14%
No	35%
Muy Poco	51%

**Tabla 2-8: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 6**

**Elaboración: Por los autores**



**Figura 2-25: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 6**

**Elaboración: Por los autores**

El mayor número de las personas tienen muy poco acceso a información sobre mascotas con un 51%, por otro lado el 35% no posee información alguna y un 14% si tienen acceso a información sobre mascotas. Lo que notamos en este cuadro es que solo un pequeño porcentaje recibe algún tipo de información sobre mascotas mientras la gran parte de los encuestados no tienen acceso a ella.

## **PREGUNTA 7**

**¿Con que frecuencia usted lleva a su mascota a las peluquerías o spa para mascotas?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Peluquerías o SPA</b>
Siempre	23%
Rara vez	16%
En ocasiones especiales	28%
Nunca	33

**Tabla 2-9: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 7**

**Elaboración: Por los autores**



**Figura 2-26: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 7**

**Elaboración: Por los autores**

El cuadro estadístico nos muestra que el 33% de los encuestados nunca lleva a sus mascotas a las peluquerías o spa para sus mascotas, el 28% solo las llevan en ocasiones especiales, el 23% siempre llevan a sus mascotas y el 16% solo rara vez van a este tipo de sitios. Nos damos cuenta que las personas no frecuentan estos tipos de lugares pero muy seguido en porcentajes vemos que las personas llevan a sus mascotas solo en ocasiones especiales cuando estas van asistir a alguno tipo de evento dedicado a mascotas.

## **PREGUNTA 8**

**¿Gustaría usted adquirir ropa o accesorios para su mascota?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	Ropa o accesorios para mascota
Si	36%
No	31%
Rara Vez	33%

**Tabla 2-10: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 8**

**Elaboración: Por los autores**



**Figura 2-27: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 8**

**Elaboración: Por los autores**

La personas encuestadas con un 36% si gusta de ropa y accesorios para sus mascotas, el 33% compra este tipo de accesorio raras veces y con un 31% las personas no compran ningún accesorio para sus mascotas. En este cuadro notamos que los resultados son casi similares con pequeñas variaciones en porcentajes.

## PREGUNTA 9

### ¿Qué tipo de alimento le da usted a su mascota?

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	Tipos de alimento
Comida casera	25%
Comida procesada	75%

Tabla 2-11: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 9

Elaboración: Por los autores

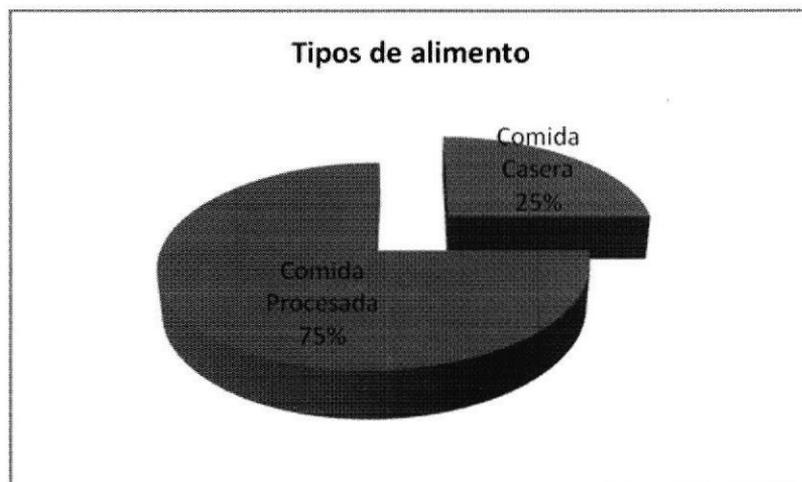


Figura 2-28: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 9

Elaboración: Por los autores

EL mayor número de los encuestados alimentan a sus mascotas con comida procesada con un 75% mientras que con un 25% alimentan a sus mascotas con comida casera. Vemos que las personas se inclinan mas a darle alimentos de comida procesada ya que

es mucho mas balanceada que la comida casera y estos alimentos ayudan a mejorar el pelaje de las mascotas.

## **PREGUNTA 10**

**¿Qué cantidad de dinero invierte usted al mes en alimentos para su mascota?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Gasto en comida de mascotas</b>
Entre 1 y 5 USD	23%
Entre 5 y 10 USD	12%
Entre 10 y 20 USD	22%
Entre 20 y 30 USD	27%
Entre 30 y 40 USD	7%
40 USD en adelante	9%

**Tabla 2-12: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 10**

**Elaboración: Por los autores**

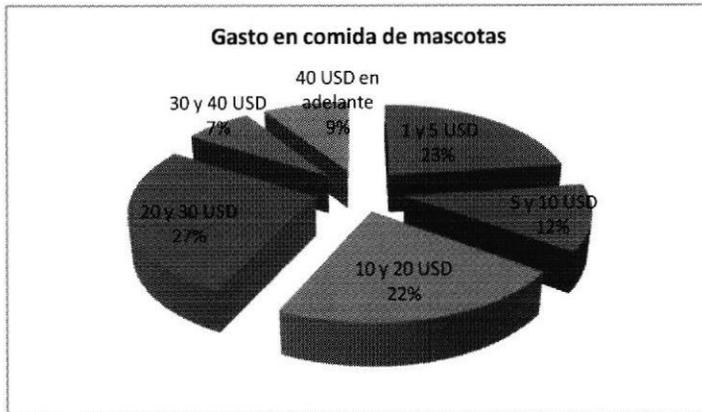


Figura 2-29: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 10

Elaboración: Por los autores

La cantidad de dinero que invierten los propietarios de las mascotas es de 20 a 30 USD dólares al mes con un 27% con un 23% personas que invierten de 1 a 5 USD y vemos que con mayor frecuencia las personas invierten de 10 a 20 USD con un 22% , el 12% invierten de 5 a 10 USD las personas que gastan de 40 USD en adelante están con un 9% y con un 7% personas que gastan entre 30 a 40 USD en alimento para sus mascotas.

## PREGUNTA 11

**¿Con que frecuencia lleva usted al veterinario a su mascota?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	Visitas al veterinario
Frecuentemente	35%
Cuando esta enfermo	54%

Poco	6%
Nunca	5%

**Tabla 2-13: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 11**

**Elaboración: Por los autores**



**Figura 2-30: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 11**

**Elaboración: Por los autores**

En esta pregunta gran parte de las personas llevan a sus mascotas solo cuando están enfermas con un 54%, los que los llevan con frecuencia tiene un 35% , las que visitan al veterinario pocas veces están con un 6%, mientras las que nunca lo hacen tienen el 5%. En este cuadro observamos que las personas no están pendiente sobre el cuidado necesario hacia sus mascotas y solo cuando están enferman van donde el veterinario, en nuestra pagina hemos incluido secciones de salud para responder inquietudes de los dueños de mascotas además de incentivos a que una mascota feliz es una mascota sana.

## PREGUNTA 12

¿Sabe usted como poner en adopción o como adoptar una mascota?

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	Adopción de mascotas
Si	23%
No	77%

Tabla 2-14: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 12

Elaboración: Por los autores

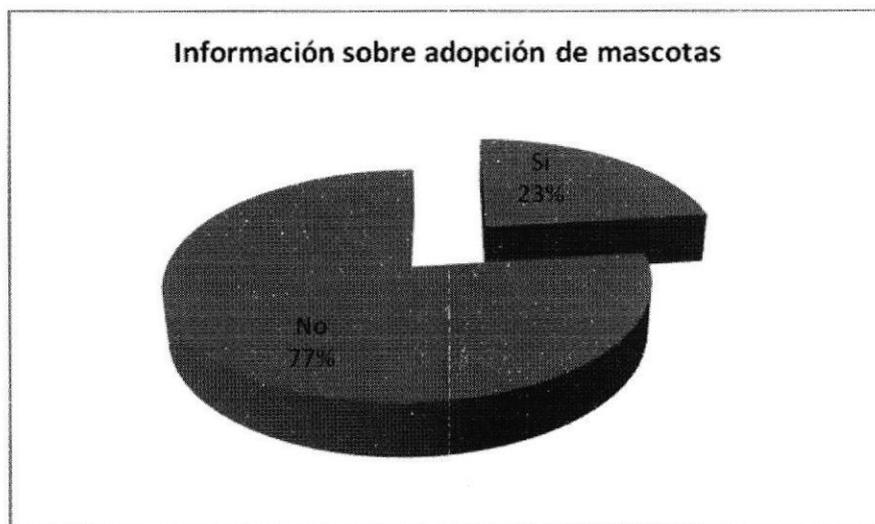


Figura 2-31: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 12

Elaboración: Por los autores

Las personas encuestadas contestaron con un 77% que no tienen información de adopción de mascotas y un 23% sabe como adoptar mascotas. Nos damos cuenta que las

personas carecen de poco conocimiento con respecto a la adopción de mascotas, en nuestro sitio web brindaremos información y tendremos el servicio de adopción de mascotas para todas esas personas que estén interesadas en adoptar un animalito o saber como ponerlo en adopción.

### **PREGUNTA 13**

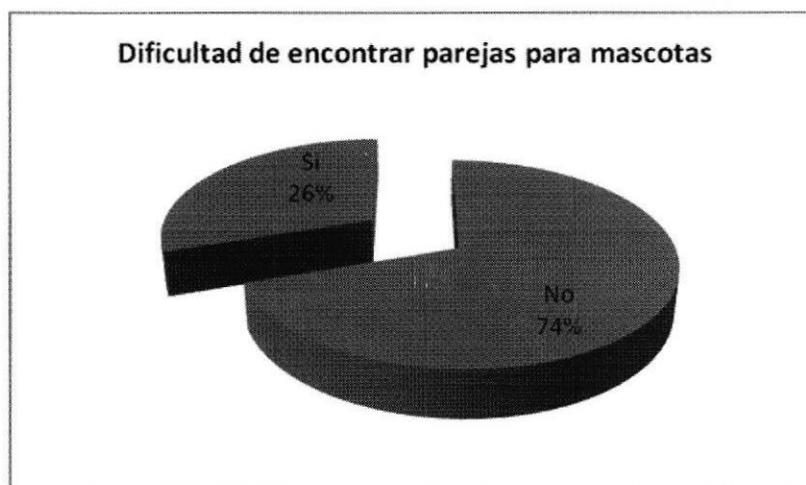
**¿Tiene usted dificultad para encontrarle pareja a su mascota?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Registro de Red social</b>
Si	26%
No	74%

**Tabla 2-15: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 13**

**Elaboración: Por los autores**



**Figura 2-32: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 13**

**Elaboración: Por los autores**

Con un total del 74% las personas respondieron que no tienen dificultad para encontrar parejas a su mascota y el 26% dijeron que si.

Vemos que la mayoría de los encuestados no presentan problemas para encontrarle pareja a sus mascotas, las personas que dijeron que si es por que buscan una raza especifica que sea igual a la de su mascota para poderla emparejar, es por esto que en nuestro Sitio Web “Mi Mascotita” ofreceremos el servicio de Buscar parejas entre mascotas y de esta forma ayudaremos a nuestros usuarios a realizar una búsqueda mas rápida ya sea por edad, raza, color, etc.

## **PREGUNTA 14**

**¿Asiste o participa frecuentemente en eventos realizados para mascotas?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Registro de Red social</b>
Si	46%
No	54%

**Tabla 2-16: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 14**

**Elaboración: Por los autores**



**Figura 2-33: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 14**

**Elaboración: Por los autores**

Los encuestados respondieron que no van a eventos realizados para mascotas con un 53% y un 47% si asisten a este tipo de evento donde pueden llevar a sus mascotas. Los resultados se presentaron casi parejos con poca diferencia, una de las razones que las personas dijeron que no asisten a algún evento con sus mascota es por que no tiene información cuando se realizan estos tipos de eventos por lo que se consideró que en nuestro sitio web brindaremos un espacio donde las personas se mantendrán informadas de los diferentes eventos o actividades donde puedan participar sus mascotas.

## **PREGUNTA 15**

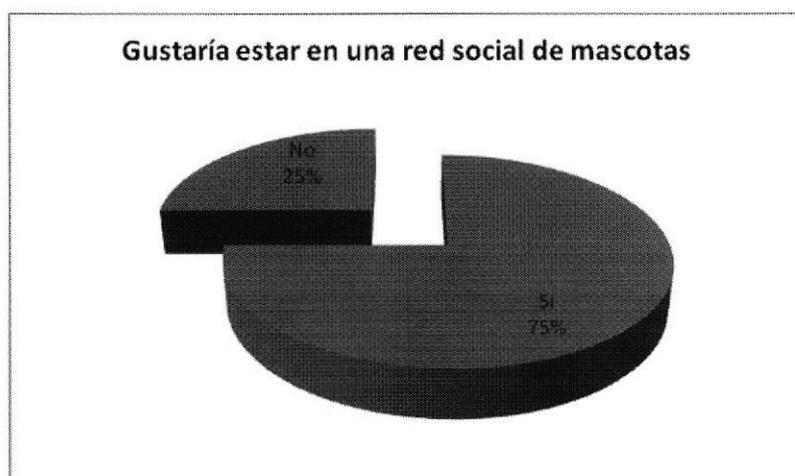
**¿Gustaría que su mascota pertenezca a una red social solo de mascotas?**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

Intervalo	Registro de Red social
Si	75%
No	25%

**Tabla 2-17: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 15**

Elaboración: Por los autores



**Figura 2-34: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 15**

Elaboración: Por los autores

En las encuestas que realizamos gran parte de la personas dijeron que si les gustaría que sus mascotas pertenezcan a una red social de mascotas con un 68% mientras que el 32% dijo que no. Los encuestados se mostraron gustosos con la idea de que su mascota estén registrados en una red social dedicada solo a sus mascotas donde pueden encontrar información, consejos, ayuda, etc, todo para sus mascotas.

## **PREGUNTA 17**

**Indique un motivo por el cual usted no posee alguna mascota.**

Del total de encuestados se presentaron los siguientes resultados:

<b>Intervalo</b>	<b>Registro de Red social</b>
No le gustan las mascotas	21%
No ha tenido la oportunidad de tener alguna	2%
Piensa tener una mascota pero después	9%
Cree que tener una mascota significa desaseo	8%
No tiene tiempo para cuidar a una mascota	18%
El espacio de su casa es muy pequeño para tener una mascota	12%
Si le gustan las mascotas pero en su casa no le permiten tenerlas	28%

Otros motivos	2%
---------------	----

Tabla 2-18: Detalle de porcentajes de resultados de la pregunta 17

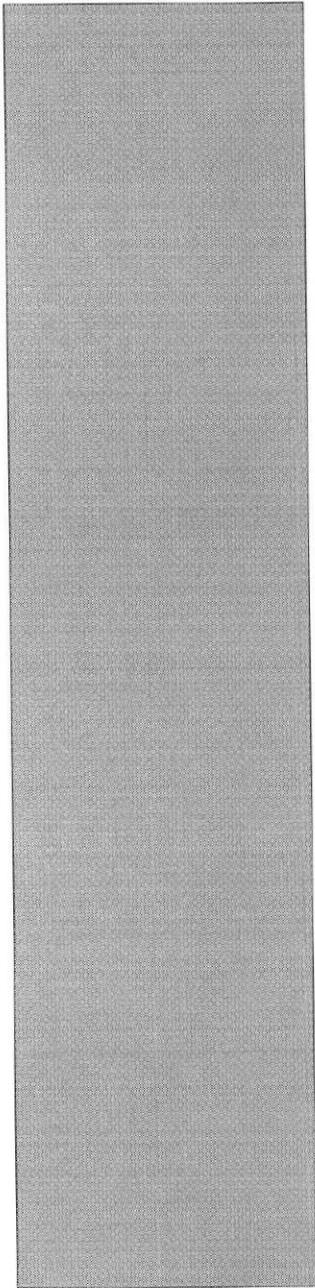
Elaboración: Por los autores



Figura 2-35: Gráfico estadístico de resultados de la pregunta 17

Elaboración: Por los autores

Los motivos por que los encuestados no tienen mascotas en su casa fueron con 28% no tienen por que en sus casas no les permiten, con un 21% no les gustan las mascotas, con el 19% no tiene tiempo para cuidarlas, el 12% de los encuestados consideran que sus casas son pequeñas para tener mascotas, el 9% piensa tener mascota pero después, el 8% creen que tener mascotas significa desaseo y el 2% no ha tenido la oportunidad de tener algún animalito en casa. No damos cuenta que las personas que dijeron que no tienen mascotas no es tanto por el hecho que no les gusta, sino que por otros motivo que no pueden tenerlas.



### *CAPÍTULO III*

## **PLAN DE MARKETING**



## **CAPITULO 3. PLAN DE MARKETING**

### **3.1. Antecedentes**

Hoy en día existen otras plataformas sobre redes sociales de animales, las cuales no han tenido gran impacto debido a que no provén un servicio integral y que a su vez sea de fácil uso ya que utilizan tecnología anticuada y una interfaz poco atractiva para el usuario.

Entre las funcionalidades que estos portales ofrecen a los usuarios podemos mencionar la incorporación de banners publicitarios y publicación de contenidos sobre mascotas pero éstas no le proporcionan al usuario, la facilidad de poder interactuar entre las personas que visitan estos sitios.

### **3.2. Objetivos del Plan de Marketing**

#### **3.2.1 Misión**

Nuestra misión es ser la primera red social de mascotas interesada por el bienestar de las mascotas, satisfacer las necesidades de nuestros usuarios a través del servicio que le brindemos y crear una mayor afinidad entre los propietarios y sus mascotas.

#### **3.2.2 Visión**

Ser la red social de mascotas más visitada en nuestro medio, alcanzando un mayor número de usuarios que se sumen a nuestra red y que nuestro sitio sea el porta voz en ofrecer los mejores productos y servicios para mascotas.

#### **3.2.3 Nombre de la empresa**

El nombre de la empresa debe indicar de manera resumida y general la actividad en que se desarrollará el sitio web, por ende hemos elegido un nombre que identifique a lo que se dedica nuestra red social.



**Figura 3-1: Diseño del logo Mi Mascotita**

**Elaboración: Por los autores**

### **3.2.4 Planteamiento de los Objetivos del Marketing**

#### **3.2.4.1 Objetivos General**

- Posicionarnos en nuestro medio como la primera red social para mascotas, donde los propietarios puedan encontrar en nuestro sitio toda la información que necesiten para sus mascotas.

#### **3.2.4.2 Objetivos Específicos**

- Tener una mayor presencia en las redes sociales
- Encontrar mayores fuentes de financiamiento
- Crear una marca comercial Mi Mascotita y que sea reconocida en nuestro medio.

### **3.3 Análisis Estratégico**

#### **3.3.1 Análisis FODA**

El análisis FODA, (Fortaleza, 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 ayuda 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 tenemos poco o ningún control.

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

Identificar cada una de las variables que afectan a las redes sociales no ha sido tarea fácil, ha significado un alto grado de análisis, producto de toda la investigación realizada durante la elaboración de este proyecto, el cual espera tenga un gran alcance en la web.

### **3.3.2 FORTALEZA**

- Ser los primeros en crear una red social de mascotas en nuestros medios
- Poder tener acceso a personas con un mismo interés en común que son aficionados a los animales.
- Brindarles un servicio de alta calidad a través de las recomendación y preguntas online que serán resueltas por nuestros expertos.
- Cada día más las redes sociales se están haciendo más populares y sería más fácil para nosotros lograr tener éxito.
- El Internet se hace cada día más importante en la vida de las personas.
- Nuestro sitio web se va a auto sustentar por nuestros productos, la publicidad y nuestros servicios.

### **3.3.3 OPORTUNIDAD**

- En nuestro medio no existen redes sociales de mascotas y por ende seríamos los pioneros.

- No poseemos competidores directos porque en el desarrollo de la red social, tendríamos ciertas ventajas competitivas dentro del medio en que se desarrolla nuestro proyecto.
- Crecimiento y desarrollo económico a corto y mediano plazo.
- Capacidad para un crecimiento expansivo, debido a la gran acogida que tienen los sitios de redes sociales.
- Contamos con un mercado amplio en gustos y preferencias para poder ofertar los diversos servicios que ofrecemos a través de nuestra red.

### **3.3.4 DEBILIDADES**

- Que no se han explotado este tipo de sitios en nuestro medio y no sabemos el grado de acogida que pueda tener.
- Que las fotos y videos que se publiquen en nuestra red, estarían expuesta a cualquier personas que las desea utilizar para algún otro fin.
- Para ciertas personas puede resultar poco productivo crear perfiles para mascotas y para otras esto se puede convertir en adicción.

### **3.3.5 AMENAZAS**

- Que redes sociales ya existentes con mayor fuerza en Internet se dediquen también hacer este tipo de redes sociales de mascotas.

## **3.4. Segmentación del Mercado**

Cualquier empresa u organización reconoce que no puede llegar a todos los internautas porque son muy numerosos o tienen distintos deseos, necesidades o preferencias. Es por esta razón, que en lugar de desperdiciar fuerzas a todo el mercado, debemos enfocarnos en un segmento en concreto.

Para segmentar correctamente un mercado debemos asumir que esto consta de grupos diferenciales con distintos comportamientos y necesidades.

Mi Mascotita debe definir los grupos en particular que quiere atraer y desarrollar distintas propuestas para satisfacer sus necesidades, ya que el segmento en el cual nos queremos basar, son personas cuya edad comprenda de los 12 años en adelante, que posean mascotas y que a su vez estén interesadas en crear un perfil dedicado solo a ellas.

### **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 tiempo una de las bases más comunes para la segmentación.

Puede aducirse que las variables demográficas son más fáciles de medir que la mayoría de las demás variables. Aunque el mercado objetivo se describa en términos no demográficos, es necesario un vínculo con ciertas características demográficas con el fin de saber el tamaño de dicho mercado y de cómo llegar a él de manera eficiente.

### **3.4.2 Segmentación Psicográfica**

Cuando tomamos un grupo demográfico, las personas pueden mostrar comportamientos psicográficos muy distintos, así Mi Mascotita puede clasificar a sus visitantes potenciales según su clase social o estilo de vida.

### **3.4.3 Clases sociales**

Son divisiones relativamente homogéneas y permanentes en cualquier sociedad que posea un orden jerárquico, los miembros de una misma plaza comparten valores, intereses y comportamiento similares.

## **3.5. Mercado Meta**

Nuestro mercado meta son personas de ambos géneros, cuya edad este comprendida de los 12 años en adelante, 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 las mascotas.

### **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 de ese producto o servicio, idea o marca con relación a la competencia.

Para desarrollar un plan de posicionamiento de la red social de Mi Mascotita hemos encontrado que las actividades que tiene mayor aceptación por los usuarios potenciales están:

- Subir fotos sobre sus mascotas
- Encontrarle pareja para sus mascotas
- Subir videos sobre sus mascotas
- Tener un directorio de empresas acerca de mascotas
- Promocionar la venta de comida procesada para animales

Entre los atributos que fueron identificados en la investigación cualitativa por medio de las encuestas nos indica que a los usuarios les gusta fotografiar y hacerles videos a sus mascotas. También les gustaría poder acceder a información sobre veterinarias, poder encontrarle pareja de su misma raza a sus mascotas y se reflejó información que la mayoría de las personas encuestadas compran comida procesada para sus mascotas.

Con la finalidad de maximizar estos requerimientos detectados o plasmarlos como funcionalidades del sistema serán utilizadas las siguientes estrategias:

- Crear una conexión con un repositorio gratuito de imágenes como por ejemplo flickr, y de videos como youtube.
- Crear un directorio dinámico con búsqueda personalizada de diferentes veterinarios y con su respectiva relevancia.
- Crear un espacio publicitario para diferentes productos y servicios como por ejemplo la comida procesada.

### **3.7. Marketing Mix**

Para el desarrollo del marketing mix de Mi Mascotita tomamos en cuenta los siguientes factores:

- Menos de 1 año llegar a abarcar un 40% del segmento.
- Incrementar el volumen de proveedores mensualmente en un 20% que quieran publicitar en nuestro sitio.
- Obtener utilidad en los eventos realizados para mascotas para poder recuperar la inversión en un corto plazo.
- Brindar cada día un mejor servicio para los propietarios de mascotas.

#### **3.7.1 Producto**

Este es uno de los términos más básicos del marketing y se define de la siguiente manera:

Cualquier bien o material servicio o idea que pose un valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad.

Servicio es un bien intangible que se basa en el esfuerzo humano o mecánico que las personas ofrecen para suplir un requerimiento del usuario o cliente.

Aplicando este concepto en nuestra red social se detallara las acciones a tomar con relación a este elemento y a los objetivos planteados.

- Nuestro sitio se destacará por la imagen que proyectemos, a través de un diseño atractivo donde las personas se sentirán identificadas con sus mascotas.
- El registro para crear la cuenta del usuario será simplificado, no como en otros sitios que requieren muchos datos personales y esto causa molestias en ciertas personas, además la navegación de nuestro sitio será ágil a través de iconos.

## **Servicios que brindará nuestra red social:**

Los servicios que brindara Mi Mascotita están clasificados de la siguiente manera:

### **1. Servicio para mascota que ofrece nuestro sitio:**

- Preguntas en línea a veterinarios.
- Adopción de animales.
- Servicio de mascotas extraviadas.
- Servicio de busco pareja entre mascotas.
- Tarjeta de descuento, para socios de mi mascotita, apoyo a FADA
- Venta de productos Mi Mascotita
- Directorio de:
  - Veterinarios
  - Peluquería de animales
  - Proveedores de alimento para animales
  - Tienda de mascota

### **2. Característica de nuestro sitio.**

- Perfiles de mascotas que estén en la red de cada usuario.
- Anuncio de Cumpleaños de mascota.
- Comentarios en el perfil.
- Comentarios en fotos y videos.
- Mensaje
- Chat
- Nuevos videos
- Ranking de Videos.
- Votación de mejor foto y video de mascota.
- Votación de la foto más graciosa.

3. Eventos y Novedades de nuestro sitio.

- Concurso, eventos, desfiles de mascotas
- Consejos sobre cuidado de las mascotas
- Denuncias de abuso hacia los animales
- Nutrición de las mascotas

4. Publicidad de nuestro sitio.

Se venderá espacios dentro del sitio a veterinarios, peluquería de mascotas, proveedores de alimento para animales, tiendas de mascotas y empresas que estén interesadas en publicitar.

### **3.7.2 Precio**

#### **Directorio**

Nuestro sitio web tendrá un directorio especializado en productos y servicios para mascotas, por lo que las empresas que deseen pertenecer a nuestro directorio podrán contratarnos donde estará disponible el nombre de su empresa y sus datos para contactos las 24 horas, y 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 detallamos la tabla de precios:

<b>Opción</b>	<b>Periodo</b>	<b>Precio en dólares</b>
1	Un mes (30 días)	\$5
2	Un trimestre (90 días)	\$12
3	Un semestre (180 días)	\$25
4	Un año (360 días)	\$50

**Tabla 3-1: Detalle de precios del servicio del directorio**

**Elaboración: Por los autores**

### **Publi - Banners**

Nuestro equipo estará encargado de diseñar todos los banners que aparezcan en la red social. La medida de los banners serían de 190 píxeles de ancho por 235 de alto 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 detallamos la tabla de precios, donde incluye diseño y publicación:

<b>Opción</b>	<b>Periodo</b>	<b>Precio en dólares</b>
1	Un mes (30 días)	\$ 40 USD por 5000 impresiones durante un mes
2	Un trimestre (90 días)	\$90 USD por 5000 impresiones durante un mes
3	Un semestre (180 días)	\$180 USD por 5000 impresiones durante un mes
4	Un año (360 días)	\$360 USD por 5000 impresiones durante un mes

**Tabla 3-2: Detalle de precios de los Publi-Banners**

**Elaboración: Por los autores**

### **3.7.2 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 mejoran las actividades y operaciones diarias. Es decir, de nada sirve una buena publicidad que atraiga a clientes si las operaciones que se ejecuten en nuestro sitio web no son eficientes para mantener a los usuarios.

## **Beneficios:**

Aumento de los niveles de confiabilidad y credibilidad de Mi Mascotita:

- El sitio ganara la confianza del usuario cumpliendo con sus promesas de servicios. De esta forma se convierte el usuario, fiel a la red social y ante las distintas alternativas que le ofrecemos que serán cada día más confiables

- Mejor posicionamiento:

Se podrá conseguir, un mejor posicionamiento con respecto al de la competencia, a partir del que el usuario tenga en su mente presente nuestro sitio web que se preocupa por brindarles y ofrecerles un mejor servicio para mascotas, resolviendo cualquier problema o inquietud relacionado con las mismas.

- Mayor coherencia entre las expectativas y el servicio brindado:

Nuestro sitio web debería saber cuáles son las expectativas del usuario, cuáles son sus prioridades y conocer si lo que este piensa sobre tales expectativas es lo correcto. De esta manera podremos enfocarnos en las más importantes para satisfacerlas y superarlas.

### **3.7.3 Publicidad**

Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios a través de un medio de comunicación y dirigida a un público específico.

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

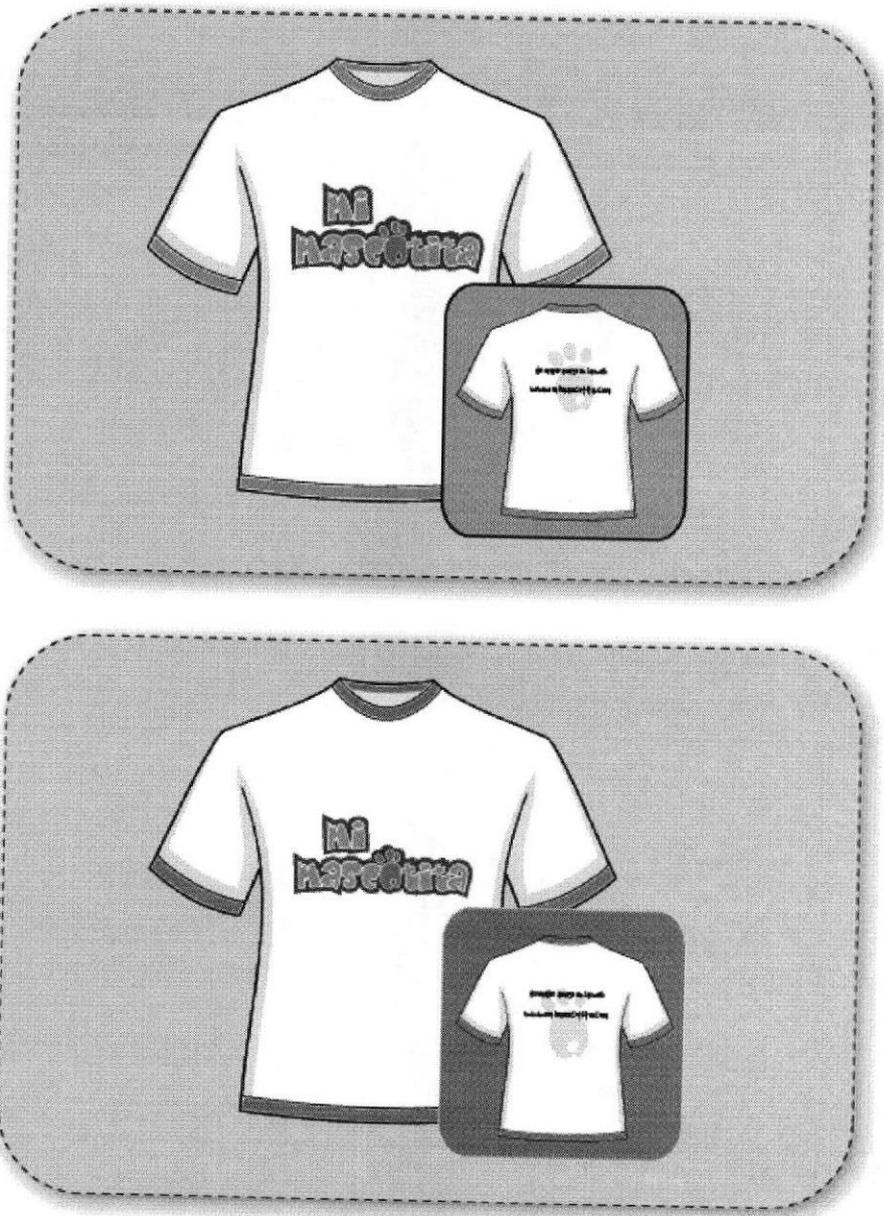
- Participar en los eventos, exposiciones, competencias de mascotas, promocionando a su vez a nuestra red social, a través de invitaciones por medio de envíos de mailings

- Afiches promocionales en las veterinarias, peluquerías y tiendas de mascotas.
- Para el lanzamiento del sitio se publicaran avisos de prensa.
- Obsequiaremos llaveros con el logo de Mi Mascotita y la dirección web para poder promocionar nuestro sitio como red social de mascotas.
- En los eventos de mascotas regalaremos camisetas con nuestro logo y donde estará impreso también la dirección de nuestro sitio.
- A través del envío de newsletter a los usuarios de nuestra base de datos que hallan aceptado recibir noticia, promociones, etc.

También podrán adquirir nuestros productos de Mi Mascotita a través de nuestro sitio web, por cada venta de un artículo un porcentaje será destinado a FADA (Fundación Amigo de los Animales), de esta manera se realizará labor social colaborando con esta entidad, ya que además nuestro objetivo principal es que las mascotas sean valoradas y respetadas en los hogares y erradicar el abandono de las mismas.

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

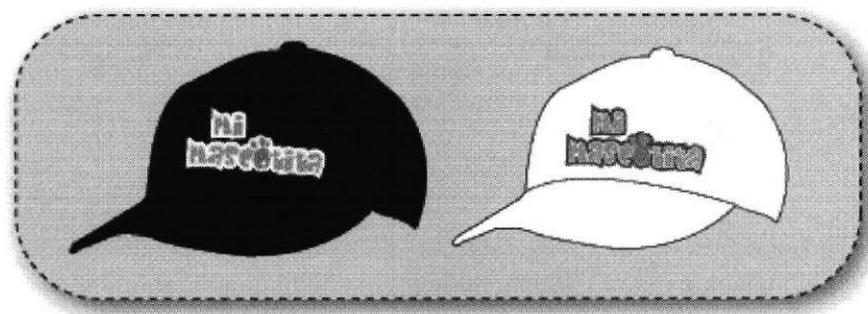
- Camisetas ( \$10,00 por unidad )



**Figura 3-2: Diseño de las camisetas con logo Mi Mascotita**

**Elaboración: Por los autores**

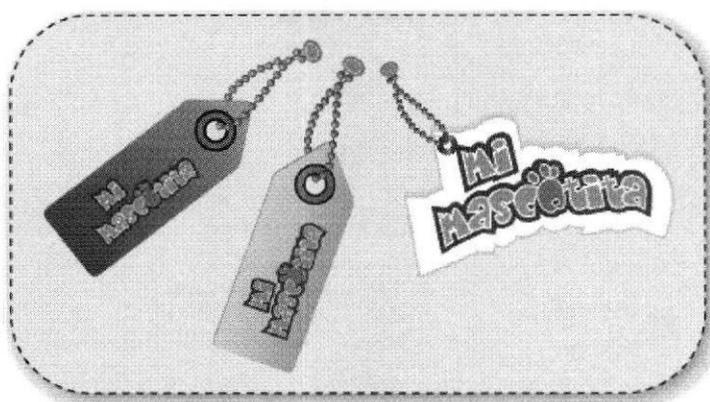
- Gorras ( \$8,00 por unidad )



**Figura 3-3: Diseño de las gorras con logo Mi Mascotita**

**Elaboración: Por los autores**

- Llaveros ( \$4,00 por unidad )



**Figura 3-4: Diseño de los llaveros con logo Mi Mascotita**

**Elaboración: Por los autores**

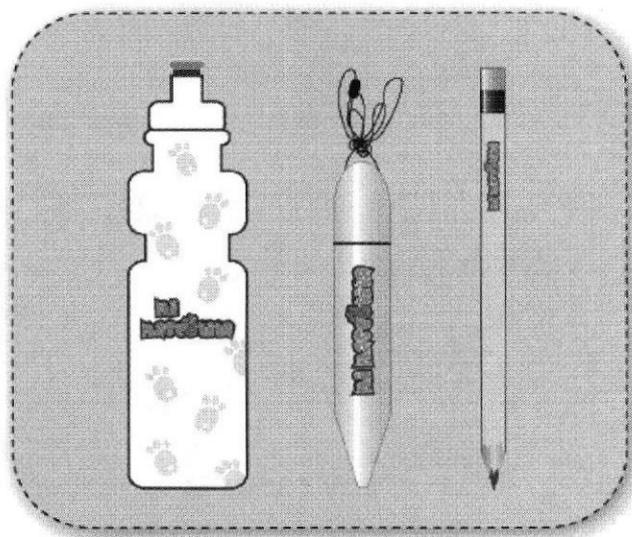
- Bolsos ( \$20,00 por unidad )



**Figura 3-5: Diseño de mochila con logo Mi Mascotita**

**Elaboración: Por los autores**

- Toma-todos ( \$5,00 por unidad ), plumas ( \$2,00 por unidad ) y lápices ( \$1,00 por unidad )



**Figura 3-6: Diseño de tomatodos, plumas y lápiz con logo Mi Mascotita**

**Elaboración: Por los autore**

- Relojes con nuestro logotipo. ( \$8,00 por unidad )

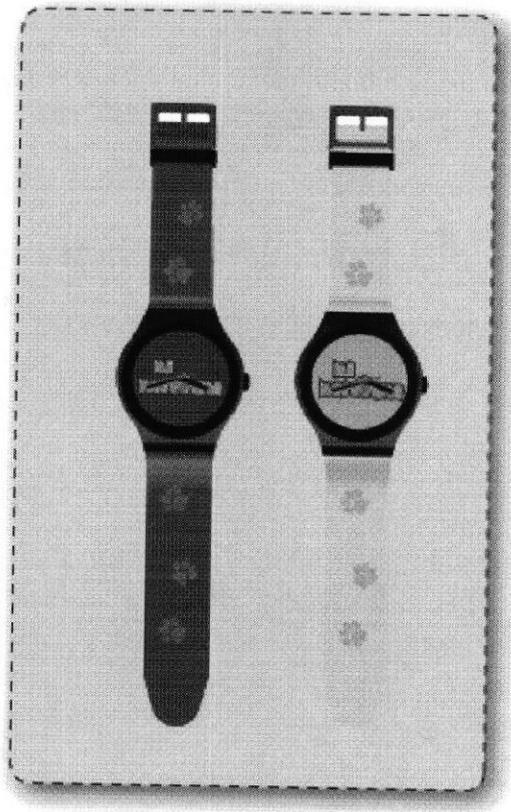


Figura 3-7: Diseño de reloj con logo Mi Mascotita

Elaboración: Por los autores

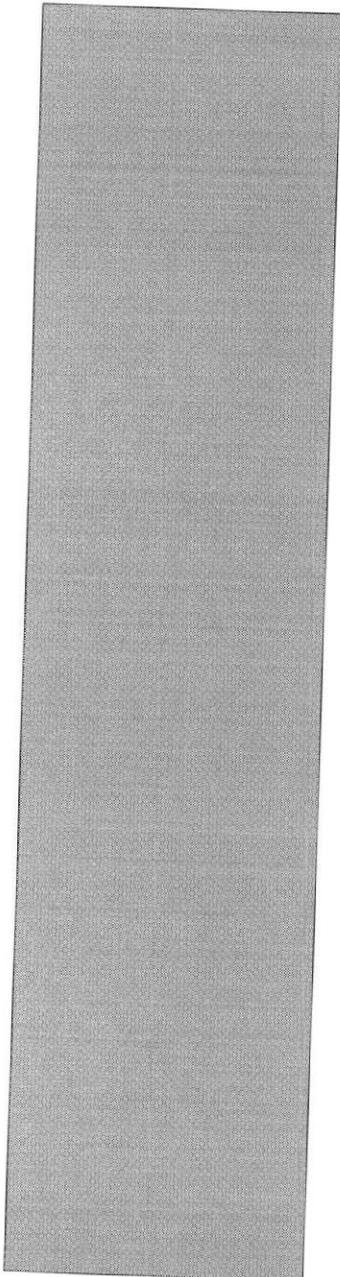
### **3.7.3 Promoción y venta**

#### **Marketing Directo**

Es la comunicación directa con consumidores individuales con el fin de obtener una respuesta inmediata.

Para este instrumento de promoción aplicaremos las siguientes acciones:

Por medio de nuestra base de datos de nuestros usuarios podrán aceptar el envío de mailing en donde recibirán promociones exclusiva de nuestros auspiciantes.



**CAPÍTULO IV**

**ESTUDIO TÉCNICO**



## **CAPITULO 4. ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.1. Antecedentes Económicos**

Hoy en día el impacto de las redes sociales en la economía de la red mundial, ha generado nuevas formas de ingresos y empleos, destacándose actualmente una red social conocida como lo es 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 además 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 esta en ella, sino por quien esta excluido.

Esto nos permite entender de una mejor manera las oportunidades financieras y publicitarias que existen en el lanzamiento de una red social sobre mascotas.

### **4.2. Ingeniería de la Producción del Producto**

#### **4.2.1 Requerimiento Técnico**

El software deberá ser construido utilizando un marco de trabajo bajo el lenguaje de programación de PHP 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 y sus mascotas, esta información se almacenara una base de datos.

**Módulo de spam.-** Monitoreo de contenidos basura

**Módulo de chat.-** Comunicación entre usuarios que se encuentren en línea.

**Módulo videos.-** visualización de video subido por los usuarios.

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

Invitación de amigos a unirse a la red

Sugerir amigos

Etiquetar amigos

Comentarios en fotos

Notificación de abuso

Recomendar noticias

**Módulo rss.-** Publicar contenidos de noticias o información

**Módulo idioma.-** La red social tendrá 2 idiomas (ingles y español)

### **Mantenimiento**

Se realizará la contratación de un programador, que ejecutará la administración del sitio, dando soporte y mantenimiento, realizará 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 su respectivos roles que serán definidos basándose en el marco de trabajo de symfony.

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

### **Programación del sitio web**

La pagina Mi Mascotita será programada en PHP como lenguaje de programación del servidor y en el manejo dinámico de la pagina será con Javascript. Para el repositorio de datos se usara una base de datos libre como MySQL inicialmente hasta que tengamos mas datos ingresados para la parte de transacciones tendremos una cuenta en Paypal.

#### **4.2.2 Diseño de la estructura del sitio**

La ventaja de la esquematización de diagramas de las pantallas es que ningún elemento estará ubicado al azar.

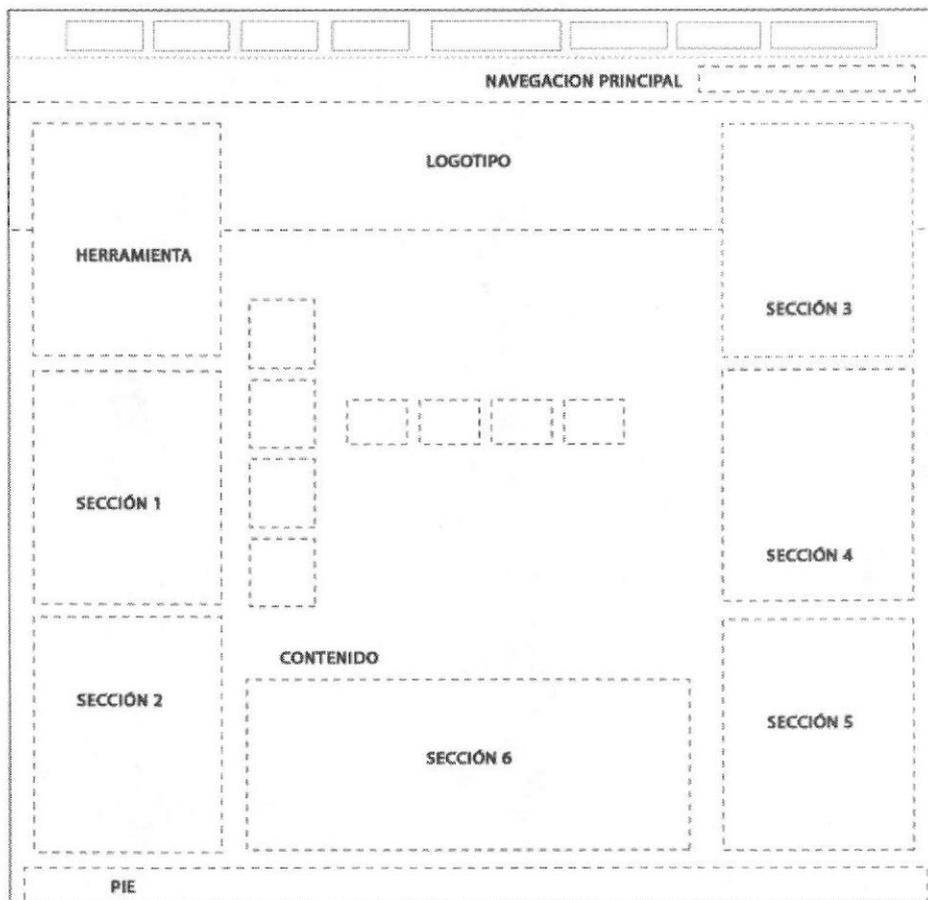


Figura 4-1: Diseño de la estructura de la página de Inicio [www.mimascotita.com.ec](http://www.mimascotita.com.ec)

Elaboración: Por los autores

El uso de estas imágenes ayudará a la discusión sobre cada pantalla, y centrar nuestra atención en la funcionalidad para luego profundizar en temas más subjetivos como colores o calidad de los elementos de diseño en la página, que serán aplicados en base a la línea gráfica establecida por parte del diseñador gráfico.

#### 4.2.2.1 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:**

Esta presente 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.

**Botón Mapa del sitio:**

Visualización del mapa del Sitio Web.

**4.2.2.2 Elementos variables dentro del esquema de cada página:**

**Estructura de pantalla de Inicio**

**Herramienta:** Sección de Ingreso (Login y Password)

**Sección 1, 2 y 3:** Llevan contenido interno del sitio. Top de foto, video de mascotas y foto más graciosa. Las dimensiones de los secciones son de 190 x 235 px.

**Sección Central:** Lleva contenido de las ultimas actualizaciones realizadas por los miembros de nuestra red social.

**Sección 4 y 5:** Llevan contenido publicitario de anunciantes contratados por nuestro sitio. Las dimensiones de los banners son de 190 x 235 px.

**Sección 6:** Acceso a sección de servicios – veterinarios en línea.

**4.2.3 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. Empezando por el análisis del logotipo como imagen corporativa.

**4.2.3.1 Análisis del Logotipo:**

**Nombre:** El nombre es la parte más importante del logotipo, porque es el que identifica de manera única a la empresa. Nuestro nombre Mi Mascotita, 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.

**Logotipo Tipográfico:** La tipografía juega un papel importante. Para crear una consistencia en los medios a los que se vaya aplicar nuestra marca. Se ha seleccionado Baby Kruffy es una tipografía informal con modificación adaptada con un elemento visual (huella), en la parte central siendo así aun totalmente legible y dando equilibrio al logotipo.

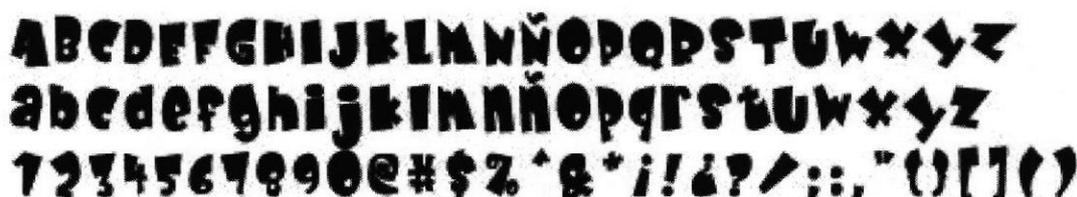


Figura 4-2: Presentación Tipográfica

Fuente: Baby Kruffy

**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 4 colores el cyan, magenta, blanco y gris, colores que combinados sugieren dinamismo y energía.

**Paleta de colores corporativos:** El uso de los colores correctos mejora la comunicación. Es necesario usar siempre los colores especificados, tanto en colores planos, cuatricromía o en reproducción RGB (web, dispositivos electrónicos)

### COLORES EN PANTONES

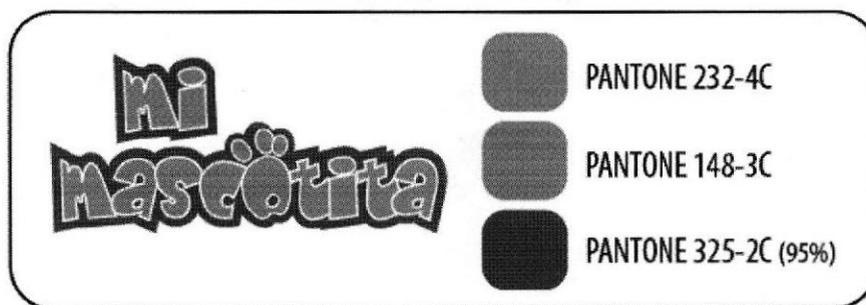


Figura 4-3: Paleta Corporativa en Pantones – Logo Mi Mascotita

Elaboración: Por los autores

### APLICACIÓN EN CUATRICOMIA

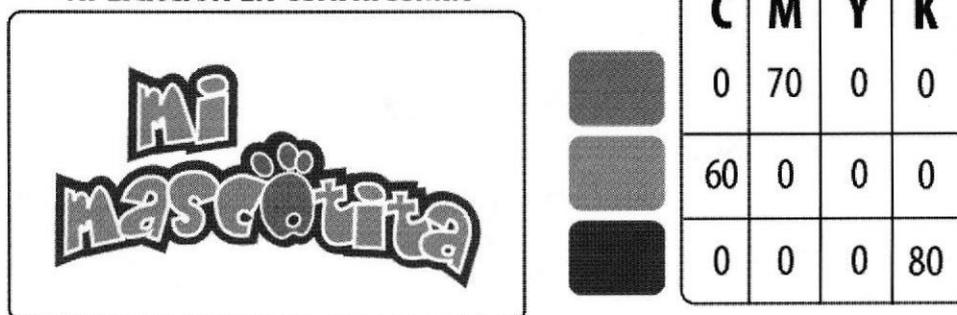


Figura 4-4: Paleta Corporativa en Cuatricromía – Logo Mi Mascotita

Elaboración: Por los autores

### APLICACIÓN WEB



Figura 4-5: Paleta Corporativa en Reproducción RGB – Logo Mi Mascotita

Elaboración: Por los autores

**Variaciones de color del logotipo:**

Estas son las variaciones que pueden ser aplicadas, para los diferentes usos que se le pueda dar al logo.

**Versión original:**

Esta es la aplicación con los colores originales del logo. Debe procurarse mostrar esta versión, salvo que por otros motivos se de la utilización de las siguientes variaciones.



**Figura 4-6: Logotipo Mi Mascotita – versión original**

**Elaboración: Por los autores**

**Versión blanco y negro:**

Esta versión debe ser utilizada en casos donde el número de colores sea reducido, o bien la calidad del medio sea de baja calidad (avisos de prensa, fax)



**Figura 4-7: Logotipo Mi Mascotita – versión blanco y negro**

**Elaboración: Por los autores**

**Versión para fondo oscuro:**

Para reproducir el logo sobre un fondo oscuro.



**Figura 4-8: Logotipo Mi Mascotita – versión fondo oscuro**

**Elaboración: Por los autores**

**Versión contorno:**

Aplicación donde se destaca el logotipo en general con su contorno. Esta versión funciona en fondos de distintos colores.



**Figura 4-9: Logotipo Mi Mascotita – versión contorno**

**Elaboración: Por los autores**

**Área de Isolación:**

El logotipo es la máxima expresión de la marca. Por eso es de vital importancia la utilización correcta. Para una mejor proyección es necesario respetar un área libre a su alrededor, apartado de otros elementos gráficos o texto.



**Figura 4-10: Logotipo Mi Mascotita – Área de Isolación**

**Elaboración: Por los autores**

#### **4.2.3.2 Análisis general del diseño de las pantallas del sitio**

**Valoración cromática y visual:**

El logo esta ubicado en la parte central, potenciando a la marca, el homepage es casi idéntico al resto de paginas, ya que la cabecera se mantiene en todas las paginas, solo cambia el contenido de las mismas.

El sitio esta diseñado de tal manera que sea aceptado por usuarios de todas las edades. 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 han utilizado y además el resto de elementos gráficos contrastan gracias al fondo blanco junto a los matices de azul y gris.

El sitio está bien organizado en 3 columnas centrales y se han utilizado gráficas con elementos dinámicos que hacen las secciones del sitio más atractivas visualmente, dando profundidad, dinamismo y movimiento a la web.

**Página de Inicio:**



Figura 4-11: Prototipo de Diseño – Página Inicio

Elaboración: Por los autores

Fotografías de Mascotas de uso libre descargadas del sitio Web <http://www.sxc.hu>

Página de Perfil:



Figura 4-12: Prototipo de Diseño – Página Inicio

Elaboración: Por los autores

Fotografías de Mascotas de uso libre descargadas del sitio Web <http://www.sxc.hu>

Página de Productos:

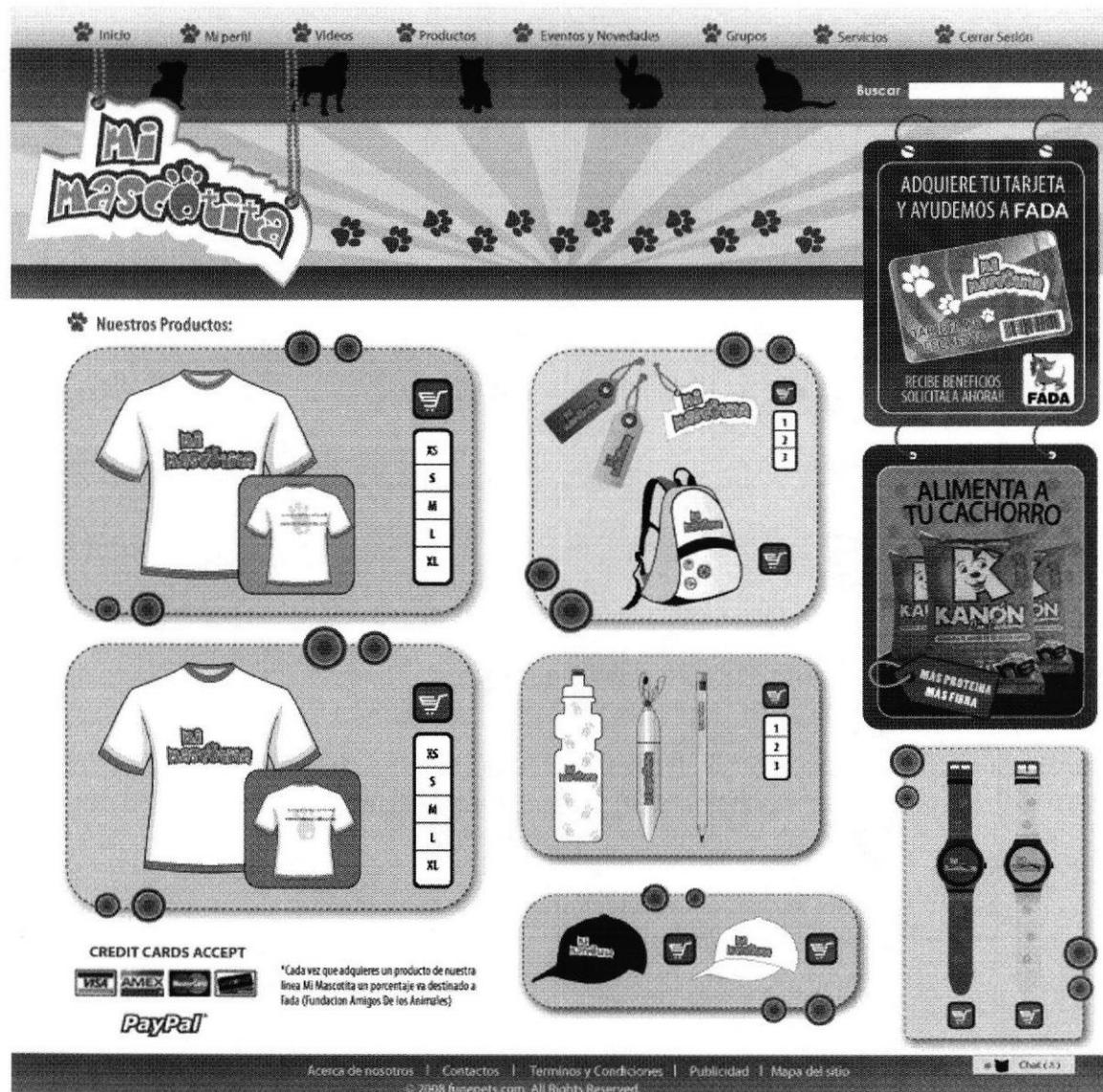


Figura 4-13: Prototipo de Diseño – Página Productos

Elaboración: Por los autores

Fotografía de Comida Mascota de uso libre descargadas del sitio Web <http://www.sxc.hu>

Página de Servicios:



Figura 4-14: Prototipo de Diseño – Página Productos

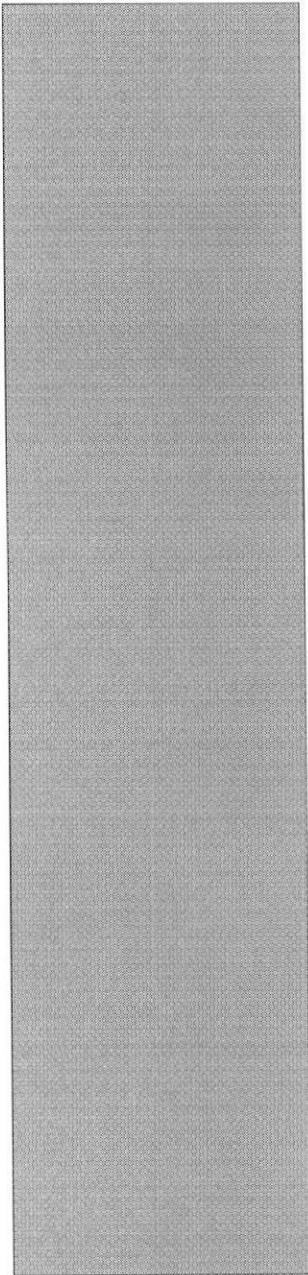
Elaboración: Por los autores

Fotografía de Mascotas de uso libre descargadas del sitio Web <http://www.sxc.hu>

### **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.



**CAPÍTULO V**

**ESTUDIO ADMINISTRATIVO**



## **CAPITULO 5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **5.1. Trabajadores por área**

#### **5.1.1 Director de Proyecto**

El director de proyecto estará encargado de dirigir el proyecto en todos los aspectos técnicos del mismo: diseño, selección de la tecnología, programación, delegación de funciones, etc.

##### **5.1.1.1 Funciones del director:**

- Administrar con liderazgo al equipo de trabajo.
- 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.
- Realizar las gestiones necesarias para crear una buena relación con los que serian nuestros proveedores y auspiciantes, además de gestionar la participación y promoción de nuestro sitio en eventos para mascotas.

#### **5.1.2 Programador**

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

##### **5.1.2.1 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 diferentes los sistemas de seguridades del sistema

### **5.1.3 Diseñador Gráfico**

El rol de diseñador es la de comunicador, es decir es el profesional responsable del diseño e implementación del sitio, se encargará de la parte visual y gráfica haciendo mas atractivo e intuitivo.

#### **5.1.3.1 Funciones del Diseñador web:**

- Estará encargado de crear el logotipo que nos identifique como red social de mascotas.
- Crear la imagen web del sitio, es decir desarrollar un concepto grafico, que mantenga una comunicación visual 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, etc.
- Encargados 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 para atraer a nuevos usuarios y por lo tanto nuevos clientes.

#### **5.1.3.2 Funciones del Diseñador multimedia:**

- Creación de juegos virtuales de entretenimiento dentro del sitio.

## 5.2. Organigrama



**Figura 5-1: Organigrama de trabajadores por área**

**Elaboración: Por los autores**

### 5.2.1 Perfil del Director del Proyecto:

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

### 5.2.2 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

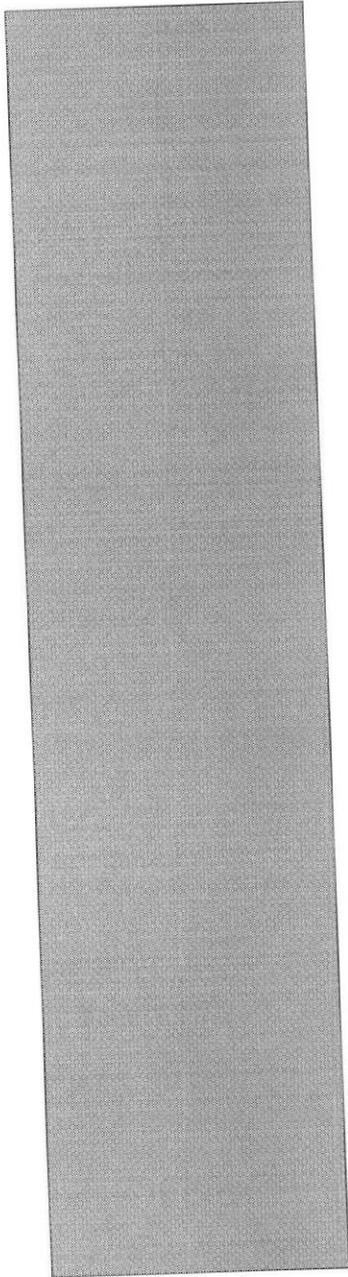
### **5.2.3 Perfil del Diseñador web:**

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.

### **5.2.4 Perfil del Diseñador multimedia:**

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



**CAPÍTULO VI**

**ESTUDIO FINANCIERO**



## **CAPITULO 6. ESTUDIO FINANCIERO**

En este capítulo se detallan los estados financieros proyectados para el periodo de un 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 y de las siguientes fuentes:

#### **INVERSION INICIAL**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO INICIAL UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Cámara digital	\$ 400,00	1	\$ 400,00
<b>Productos Mi Mascotita</b>			
Lápiz	\$ 0,10	24 docenas	\$ 28,80
Gorras	\$ 1,00	20 docenas	\$ 240,00
Camiseta	\$ 1,00	25 docenas	\$ 300,00
llaveros	\$ 0,10	24 docenas	\$ 28,80
Reloj	\$ 2,00	15 docenas	\$ 360,00
Pluma	\$ 0,15	24 docenas	\$ 43,20
Tomatodo	\$ 1,00	15 docenas	\$ 180,00
Mochila	\$ 4,00	10 docenas	\$ 576,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.156,80</b>

**Tabla 6-1: Detalle de Presupuesto de Inversión**

**Elaboración: Por los autores**

**GASTOS FIJOS**

<b>Resumen Costo Fijo</b>	<b>Mensual</b>	<b>Tiempo en meses</b>	<b>Total</b>
<b>Servicios Generales</b>			
Internet	\$33,00	12	\$396,00
Hosting y Dominio	\$15,00	12	\$180,00
Servicios Basicos	\$30,00	4	\$90,00
Imprevistos	\$30,00	12	\$360,00
<b>Total</b>			<b>\$1.026,00</b>
<b>Sueldos y salarios</b>			
Director del proyecto (1)	\$1.000,00	4	\$3.000,00
Diseñador grafico (1)	\$500,00	4	\$1.500,00
Programador (1)	\$600,00	12	\$4.800,00
Programador (1)	\$600,00	4	\$1.800,00
Diseñador multimedia(1)	\$500	4	\$1.500,00
<b>Total</b>			<b>\$12.600,00</b>
<b>Marketing y Publicidad</b>			
Periodico	\$1.100,00	2	\$2.200,00
Afiches	\$100,00	2	\$200,00
			<b>\$2.400,00</b>
<b>Total CF</b>			<b>\$16.026,00</b>

Tabla 6-2: Detalle de Presupuesto de Gastos Fijos

Elaboración: Por los autores

## INGRESOS

### Ingresos por Servicios

Servicios Mi Mascotita	Suscritos	Costo mensual \$40	Suscritos	Costo trimestral \$90
<b>Publi-banner</b>	40	\$ 1.600,00	25	\$ 2.250,00
<b>Servicio de Directorio</b>		<b>Costo mensual \$5</b>		<b>Costo trimestral \$12</b>
	30	\$ 150,00	40	\$ 480,00

Tabla 6-3: Detalle de Presupuesto de Ingresos

Elaboración: Por los autores

Suscritos	Costo Semestral \$180	Suscritos	Costo Anual \$360	Total	Costo Total
25	\$ 4.500,00	30	\$ 10.800,00	<b>\$ 19.150,00</b>	<b>\$ 23.655,00</b>
	<b>Costo Semestral \$25</b>		<b>Costo Anual \$50</b>	<b>Total</b>	
45	\$ 1.125,00	55	\$ 2.750,00	<b>\$ 4.505,00</b>	

Tabla 6-3: Detalle de Presupuesto de Ingresos

Elaboración: Por los autores

### Ingresos por Productos Mi Mascotita

Productos Mi Mascotita	Compradores	Costo unitario	Total por mes	Total Anual
Lápiz	25	\$ 1,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Gorras	15	\$ 8,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Camiseta	20	\$ 10,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Llaveros	15	\$ 4,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Reloj	15	\$ 8,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Pluma	20	\$ 2,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Tomatodo	15	\$ 5,00	\$ 75,00	\$ 900,00
Mochila	10	\$ 20,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>Total</b>			<b>\$ 840,00</b>	<b>\$ 10.080,00</b>

Tabla 6-4: Detalle de Presupuesto de Ingresos por Venta de Productos

Elaboración: Por los autores

Servicios Mi Mascotita	\$ 23.655,00
Productos Mi Mascotita	\$ 10.080,00
Total de Ingresos	<b>\$ 33.735,00</b>

**Tabla 6-5: Detalle de Presupuesto de Ingresos por Servicios y Productos**

**Elaboración: Por los autores**

### **ESTADO DE RESULTADOS**

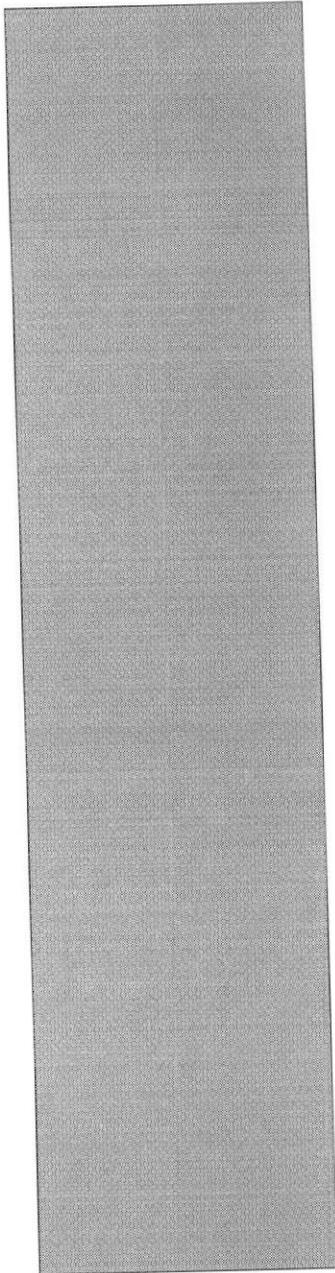
<b>Año</b>	<b>1 año</b>
<b>Inversión Inicial</b>	\$2.156,80
<b>Total</b>	<b>\$2.156,80</b>
<b>Gastos</b>	
Servicios generales	\$ 1.026,00
Marketing y Publicidad	\$ 2.400,00
Sueldos y salarios	\$ 12.600,00
<b>Total</b>	<b>\$ 16.026,00</b>
<b>Total de Gastos</b>	<b>\$ 18.182,80</b>
<b>Ingresos</b>	
Ingresos por Servicios	\$23.655,00
Ingresos por Venta	\$10.080,00
<b>Total</b>	<b>\$33.735,00</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$15.552,20</b>

**Tabla 6-6: Detalle de Estado de Resultados**

**Elaboración: Por los autores**

## **6.2 Resultado de situación financiera**

Dado los resultados arrojados en el estudio financiero con base en el presupuesto de ingresos y gastos, administración y ventas, podemos concluir que nuestro proyecto es rentable ya que nos da una utilidad del 45% sobre el valor del gasto de inversión, esperamos tener un crecimiento y rentabilidad de un 40% a un 60% para los años siguientes de constitución.



## *CAPÍTULO VII*

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **CAPITULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **7.1. Conclusiones**

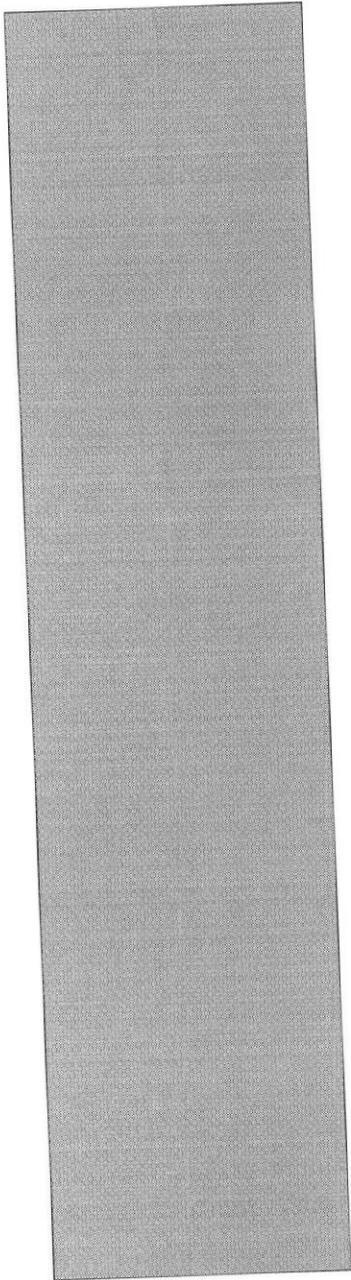
1. Con la investigación realizada se llegó a la conclusión de que no existe un sitio web en nuestro medio, enfocado solo en mascotas que cubra todas las necesidades para satisfacer a los usuarios. Por lo que tenemos un nicho de mercado que podemos explotar.
2. Basándonos en las encuestas realizadas a 100 personas se obtuvo información acerca de las inquietudes, sugerencias y temas de interés acerca de las personas que tienen mascotas y que se podrían convertir en futuros usuarios de nuestra red. Los resultados que obtuvimos fueron que la gente si esta interesada en que sus mascotas pertenezcan a una red social, que tienen muy poco acceso a información actual de mascotas, por lo que se mostraron interesadas en conocer más acerca de nuestro proyecto.
3. Nuestro proyecto en los estados financieros, durante el periodo de un año arroja resultados favorables con ganancias adquiridas mayormente por los servicios de publicidad que ofrecemos, la rentabilidad se podrá adquirir cuando el sitio sea ya reconocido en el medio, una vez posicionado en el mercado las expectativas como empresa serán grandes, ya que los sitios de redes sociales son rentables a medida que aumentan el numero de usuarios empresariales es decir la inversión de los anunciantes serán con proyecciones millonarias.

### **7.2. Recomendaciones**

1. Es importante que nuestra red social Mi Mascotita produzca una consolidación a 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.
2. Brindar continuamente a los futuros usuarios información que les pueda ser muy útil para sus macotas y poder llegar a satisfacer todas sus necesidades, es importante darle

seguimiento a la red social Mi Mascotita e ir conociendo que es lo que día a día buscan más las personas en este tipo de red social para mascotas.

3. Una vez posicionado la Red social de Mi Mascotita 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 pertenezca a esta red. Siempre estaremos buscando una mayor variedad en nuestros servicios para que el cliente permanezca como nuestro anunciante y cumplir con sus expectativas.



**ANEXOS**





**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (EDCOM)**

**- Red Social mimascotita.com -**

**Encuesta: "Información sobre mascotas para poder crear la red social  
mimascotita.com"**

Esta encuesta esta focalizada a recaudar información para elaborar una red social dedicada a las mascotas que incluya temas de interés, para poder satisfacer las necesidades de nuestros posibles usuarios, el sitio web mimascotita.com permitirá a los usuarios que su mascota sea la protagonista de una fantástica red.

Para nosotros es muy importante su colaboración ya que nos permitirá brindarle un mejor servicio.

¿Sabía usted que las mascotas con algunas excepciones, rara vez pueden expresar síntomas de dolor o enfermedad. Los animales disimulan muy bien los síntomas de enfermedad al punto que pueden verse saludables y sin embargo estar muy enfermos. Esto significa que cuando ya nosotros notamos que el animal está enfermo es porque el animal ya no puede resistir más al agotarse su reserva de energía y muchas veces es ahí cuando nos damos cuenta de que tenemos que llevar el animal al veterinario?

¿Sabía usted que la salud de nuestras mascotas, al igual que ocurre con los seres humanos, depende en gran medida del tipo de alimentación que tengan. Con una alimentación rica en nutrientes y moderada en grasas, conseguiremos mejorar la vida de nuestra mascota.?

**Encuesta autorizada por:**

**ESPOL-EDCOM: Alex Espinoza Cárdenas / 099865162 / [aespinoz@espol.edu.ec](mailto:aespinoz@espol.edu.ec)**

**Subdirector**

**Realizada por:**

**D.G. Ariana García** \_\_\_\_\_

**D.G. Ma. Gabriela Torres** \_\_\_\_\_

**1. Indique usted en qué lugar usa frecuentemente el internet**

Casa                       Cybe r   
Trabajo                       Otros

**2. ¿Se encuentra usted registrado en alguna red social?**

Si                       En cual? FACEBOOK HIS  
No                       Otras redes: \_\_\_\_\_

**3. ¿Con que tipo frecuencia usted ingresa a este tipo de redes sociales?**

Frecuentemente                       Rara vez   
Poco                       Nunca

**4. ¿Es usted propietario de alguna mascota?**

Si                       No

Indique cantidad de mascotas, tipo y raza?

45. GATO  
46. \_\_\_\_\_  
47. \_\_\_\_\_  
48. \_\_\_\_\_

- Si su respuesta es negativo, entonces por favor dirijase a la pregunta 17

**5. ¿Gusta usted fotografiar o hacerles videos a sus mascota?**

Si                       No                       Rara vez

**6. ¿Tiene usted acceso a información sobre mascotas?**

Si                       No                       Muy poco

7. ¿Con que frecuencia usted lleva a su mascota a las peluquerías o spa para mascotas?

Siempre  En ocasiones especiales

Rara vez  Nunca

8. ¿Gustaría usted adquirir ropa o accesorios para su mascota?

Si  No  Rara vez

9. ¿Qué tipo de alimento le da usted a su mascota?

Comida casera  Comida procesada  Marca de comida

10. ¿Qué cantidad de dinero invierte usted al mes en alimentos para su mascota?

Entre 1 y 5 USD  Entre 10 y 20 USD  Entre 30 y 40 USD

Entre 5 y 10 USD  Entre 20 y 30 USD  40 USD en adelante

11. ¿Con que frecuencia lleva usted al veterinario a su mascota?

Frecuentemente  Poco

Solo cuando está enfermo  Nunca

12. ¿Sabe usted como poner en adopción o como adoptar una mascota?

Si  No

13. ¿Tiene usted dificultad para encontrarle pareja a tu mascota?

Si  indique \_\_\_\_\_

No

14. ¿Asiste o participa frecuentemente en eventos realizados para mascotas?

Si  indique \_\_\_\_\_

No

15. ¿Gustaría que su mascota pertenezca a una red social solo de mascotas?

Si , indique \_\_\_\_\_

No

16. ¿Que le gustaría a usted encontrar en nuestra red social Mi Mascotita?

CONSEJOS DE CUIDADOS, ALIMENTACION  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- Por favor solo contestar si respondió negativo que la pregunta 4

17. Indique un motivo por el cual usted no posee alguna mascota.

- No le gustan las mascotas
- No ha tenido la oportunidad de tener alguna
- Piensa tener una mascota pero después
- Cree que tener una mascota significa desaseo
- No tiene tiempo para cuidar a una mascota
- El espacio de su casa es muy pequeño para tener una mascota
- Si le gustan las mascotas pero en su casa no le permiten tenerlas
- Otros motivos: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

18. Le gustaría ser contactado?

Nombre: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: - \_\_\_\_\_ Correo:-----

Gracias por su colaboración



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (EDCOM)**

**- Red Social mimascotita.com -**

**Encuesta: "Información sobre mascotas para poder crear la red social  
mimascotita.com"**

**Esta encuesta esta focalizada a recaudar información para elaborar una red social dedicada a las mascotas que incluya temas de interés, para poder satisfacer las necesidades de nuestros posibles usuarios, el sitio web mimascotita.com permitirá a los usuarios que su mascota sea la protagonista de una fantástica red.**

**Para nosotros es muy importante su colaboración ya que nos permitirá brindarle un mejor servicio.**

¿Sabía usted que las mascotas con algunas excepciones, rara vez pueden expresar síntomas de dolor o enfermedad. Los animales disimulan muy bien los síntomas de enfermedad al punto que pueden verse saludables y sin embargo estar muy enfermos. Esto significa que cuando ya nosotros notamos que el animal está enfermo es porque el animal ya no puede resistir más al agotarse su reserva de energía y muchas veces es ahí cuando nos damos cuenta de que tenemos que llevar el animal al veterinario?

¿Sabía usted que la salud de nuestras mascotas, al igual que ocurre con los seres humanos, depende en gran medida del tipo de alimentación que tengan. Con una alimentación rica en nutrientes y moderada en grasas, conseguiremos mejorar la vida de nuestra mascota.?

**Encuesta autorizada por:**

**ESPOL-EDCOM: Alex Espinoza Cárdenas / 099865162 / [aespinoz@espol.edu.ec](mailto:aespinoz@espol.edu.ec)**

**Subdirector**

**Realizada por:**

**D.G. Ariana García \_\_\_\_\_**

**D.G. Ma. Gabriela Torres \_\_\_\_\_**

**1. Indique usted en qué lugar usa frecuentemente el internet**

Casa                        Cyber   
Trabajo                        Otros

**2. ¿Se encuentra usted registrado en alguna red social?**

Si        En cual? Facebook \_\_\_\_\_  
No               Otras redes: \_\_\_\_\_

**3. ¿Con que tipo frecuencia usted ingresa a este tipo de redes sociales?**

Frecuentemente                        Rara vez   
Poco                       Nunca

**4. ¿Es usted propietario de alguna mascota?**

Si                       No

Indique cantidad de mascotas, tipo y raza?

29. \_\_\_\_\_  
30. \_\_\_\_\_  
31. \_\_\_\_\_  
32. \_\_\_\_\_

- Si su respuesta es negativo, entonces por favor dirijase a la pregunta 17

**5. ¿Gusta usted fotografiar o hacerles videos a sus mascota?**

Si               No               Rara vez

**6. ¿Tiene usted acceso a información sobre mascotas?**

Si               No               Muy poco

**7. ¿Con que frecuencia usted lleva a su mascota a las peluquerías o spa para mascotas?**

Siempre  En ocasiones especiales

Rara vez  Nunca

**8. ¿Gustaría usted adquirir ropa o accesorios para su mascota?**

Si  No  Rara vez

**9. ¿Qué tipo de alimento le da usted a su mascota?**

Comida casera  Comida procesada  Marca de comida

**10. ¿Qué cantidad de dinero invierte usted al mes en alimentos para su mascota?**

Entre 1 y 5 USD  Entre 10 y 20 USD  Entre 30 y 40 USD

Entre 5 y 10 USD  Entre 20 y 30 USD  40 USD en adelante

**11. ¿Con que frecuencia lleva usted al veterinario a su mascota?**

Frecuentemente  Poco

Solo cuando está enfermo  Nunca

**12. ¿Sabe usted como poner en adopción o como adoptar una mascota?**

Si  No

**13. ¿Tiene usted dificultad para encontrarle pareja a tu mascota?**

Si  indique \_\_\_\_\_

No

**14. ¿Asiste o participa frecuentemente en eventos realizados para mascotas?**

Si  indique \_\_\_\_\_

No

15. ¿Gustaría que su mascota pertenezca a una red social solo de mascotas?

Si , indique \_\_\_\_\_

No

16. ¿Que le gustaría a usted encontrar en nuestra red social Mi Mascotita?

---

---

---

---

- Por favor solo contestar si respondió negativo que la pregunta 4

17. Indique un motivo por el cual usted no posee alguna mascota.

- No le gustan las mascotas
- No ha tenido la oportunidad de tener alguna
- Piensa tener una mascota pero después
- Cree que tener una mascota significa desaseo
- No tiene tiempo para cuidar a una mascota
- El espacio de su casa es muy pequeño para tener una mascota
- X Si le gustan las mascotas pero en su casa no le permiten tenerlas
- Otros motivos: \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

18. Le gustaría ser contactado?

Nombre: Ma de los Angeles Rodriguez Aroca

Dirección: Samanes 1

Teléfono: 084244899 Correo: mdrodrig@espol.edu.ec

Gracias por su colaboración



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**  
**ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (EDCOM)**

**- Red Social mimascotita.com -**

**Encuesta: "Información sobre mascotas para poder crear la red social mimascotita.com"**

Esta encuesta esta focalizada a recaudar información para elaborar una red social dedicada a las mascotas que incluya temas de interés, para poder satisfacer las necesidades de nuestros posibles usuarios, el sitio web mimascotita.com permitirá a los usuarios que su mascota sea la protagonista de una fantástica red.

Para nosotros es muy importante su colaboración ya que nos permitirá brindarle un mejor servicio.

¿Sabía usted que las mascotas con algunas excepciones, rara vez pueden expresar síntomas de dolor o enfermedad. Los animales disimulan muy bien los síntomas de enfermedad al punto que pueden verse saludables y sin embargo estar muy enfermos. Esto significa que cuando ya nosotros notamos que el animal está enfermo es porque el animal ya no puede resistir más al agotarse su reserva de energía y muchas veces es ahí cuando nos damos cuenta de que tenemos que llevar el animal al veterinario?

¿Sabía usted que la salud de nuestras mascotas, al igual que ocurre con los seres humanos, depende en gran medida del tipo de alimentación que tengan. Con una alimentación rica en nutrientes y moderada en grasas, conseguiremos mejorar la vida de nuestra mascota.?

**Encuesta autorizada por:**

**ESPOL-EDCOM: Alex Espinoza Cárdenas / 099865162 / [aespinoz@espol.edu.ec](mailto:aespinoz@espol.edu.ec)**

**Subdirector**

**Realizada por:**

**D.G. Ariana García** \_\_\_\_\_

**D.G. Ma. Gabriela Torres** \_\_\_\_\_

1. Indique usted en qué lugar usa frecuentemente el internet

Casa                       Cybe r   
Trabajo                       Otros

2. ¿Se encuentra usted registrado en alguna red social?

Si                       En cual? Hi5  
No                       Otras redes: \_\_\_\_\_

3. ¿Con que tipo frecuencia usted ingresa a este tipo de redes sociales?

Frecuentemente                       Rara vez   
Poco                       Nunca

4. ¿Es usted propietario de alguna mascota?

Si                       No

Indique cantidad de mascotas, tipo y raza?

- 45. 1 perro lobo
- 46. 1 perro bench poodle
- 47. \_\_\_\_\_
- 48. \_\_\_\_\_

• Si su respuesta es negativo, entonces por favor dirijase a la pregunta 17

5. ¿Gusta usted fotografiar o hacerles videos a sus mascota?

Si                       No                       Rara vez

6. ¿Tiene usted acceso a información sobre mascotas?

Si                       No                       Muy poco

7. ¿Con que frecuencia usted lleva a su mascota a las peluquerías o spa para mascotas?

Siempre

En ocasiones especiales

Rara vez

Nunca

8. ¿Gustaría usted adquirir ropa o accesorios para su mascota?

Si

No

Rara vez

9. ¿Qué tipo de alimento le da usted a su mascota?

Comida casera

Comida procesada

Marca de comida

10. ¿Qué cantidad de dinero invierte usted al mes en alimentos para su mascota?

Entre 1 y 5 USD

Entre 10 y 20 USD

Entre 30 y 40 USD

Entre 5 y 10 USD

Entre 20 y 30 USD

40 USD en adelante

11. ¿Con que frecuencia lleva usted al veterinario a su mascota?

Frecuentemente

Poco

Solo cuando está enfermo

Nunca

12. ¿Sabe usted como poner en adopción o como adoptar una mascota?

Si

No

13. ¿Tiene usted dificultad para encontrarle pareja a tu mascota?

Si  indique \_\_\_\_\_

No

14. ¿Asiste o participa frecuentemente en eventos realizados para mascotas?

Si  indique \_\_\_\_\_

No

15. ¿Gustaría que su mascota pertenezca a una red social solo de mascotas?

Si , indique \_\_\_\_\_

No

16. ¿Que le gustaría a usted encontrar en nuestra red social Mi Mascotita?

---

---

---

---

- Por favor solo contestar si respondió negativo que la pregunta 4

17. Indique un motivo por el cual usted no posee alguna mascota.

- No le gustan las mascotas
- No ha tenido la oportunidad de tener alguna
- Piensa tener una mascota pero después
- Cree que tener una mascota significa desaseo
- No tiene tiempo para cuidar a una mascota
- El espacio de su casa es muy pequeño para tener una mascota
- Si le gustan las mascotas pero en su casa no le permiten tenerlas
- Otros motivos: \_\_\_\_\_

18. Le gustaría ser contactado?

Nombre: Karlo Solano C.

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: - 2269242 Correo: \_\_\_\_\_

Gracias por su colaboración



**EDCOM** : ESCUELA DE DISEÑO +  
COMUNICACION VISUAL  
*"Diseño y Sistemas tecnológicamente integrados"*

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL (EDCOM)**

**- Red Social mimascotita.com -**

**Encuesta: "Información sobre mascotas para poder crear la red social  
mimascotita.com"**

**Esta encuesta esta focalizada a recaudar información para elaborar una red social dedicada a las mascotas que incluya temas de interés, para poder satisfacer las necesidades de nuestros posibles usuarios, el sitio web mimascotita.com permitirá a los usuarios que su mascota sea la protagonista de una fantástica red.**

**Para nosotros es muy importante su colaboración ya que nos permitirá brindarle un mejor servicio.**

¿Sabía usted que las mascotas con algunas excepciones, rara vez pueden expresar síntomas de dolor o enfermedad. Los animales disimulan muy bien los síntomas de enfermedad al punto que pueden verse saludables y sin embargo estar muy enfermos. Esto significa que cuando ya nosotros notamos que el animal está enfermo es porque el animal ya no puede resistir más al agotarse su reserva de energía y muchas veces es ahí cuando nos damos cuenta de que tenemos que llevar el animal al veterinario?

¿Sabía usted que la salud de nuestras mascotas, al igual que ocurre con los seres humanos, depende en gran medida del tipo de alimentación que tengan. Con una alimentación rica en nutrientes y moderada en grasas, conseguiremos mejorar la vida de nuestra mascota.?

**Encuesta autorizada por:**

**ESPOL-EDCOM: Alex Espinoza Cárdenas / 099865162 / [aespinoz@espol.edu.ec](mailto:aespinoz@espol.edu.ec)**

**Subdirector**

**Realizada por:**

**D.G. Ariana García \_\_\_\_\_**

**D.G. Ma. Gabriela Torres \_\_\_\_\_**

1. Indique usted en qué lugar usa frecuentemente el internet

Casa                       Cyber   
Trabajo                       Otros

2. ¿Se encuentra usted registrado en alguna red social?

Si                       En cual? Facebook, His, Twitter,  
No                       Otras redes: \_\_\_\_\_

3. ¿Con que tipo frecuencia usted ingresa a este tipo de redes sociales?

Frecuentemente                       Rara vez   
Poco                       Nunca

4. ¿Es usted propietario de alguna mascota?

Si                       No

Indique cantidad de mascotas, tipo y raza?

57. Perrito raza French bulldog  
58. \_\_\_\_\_  
59. \_\_\_\_\_  
60. \_\_\_\_\_

- Si su respuesta es negativo, entonces por favor diríjase a la pregunta 17

5. ¿Gusta usted fotografiar o hacerles videos a sus mascota?

Si                       No                       Rara vez

6. ¿Tiene usted acceso a información sobre mascotas?

Si                       No                       Muy poco

7. ¿Con que frecuencia usted lleva a su mascota a las peluquerías o spa para mascotas?

Siempre  En ocasiones especiales

Rara vez  Nunca

8. ¿Gustaría usted adquirir ropa o accesorios para su mascota?

Si  No  Rara vez

9. ¿Qué tipo de alimento le da usted a su mascota?

Comida casera  Comida procesada  Marca de comida

10. ¿Qué cantidad de dinero invierte usted al mes en alimentos para su mascota?

Entre 1 y 5 USD  Entre 10 y 20 USD  Entre 30 y 40 USD

Entre 5 y 10 USD  Entre 20 y 30 USD  40 USD en adelante

11. ¿Con que frecuencia lleva usted al veterinario a su mascota?

Frecuentemente  Poco

Solo cuando está enfermo  Nunca

12. ¿Sabe usted como poner en adopción o como adoptar una mascota?

Si  No

13. ¿Tiene usted dificultad para encontrarle pareja a tu mascota?

Si , indique \_\_\_\_\_

No

14. ¿Asiste o participa frecuentemente en eventos realizados para mascotas?

Si , indique \_\_\_\_\_

No

15. ¿Gustaría que su mascota pertenezca a una red social solo de mascotas?

Si , indique \_\_\_\_\_

No

16. ¿Que le gustaría a usted encontrar en nuestra red social Mi Mascotita?

Todo lo necesario para mi mascota

- Por favor solo contestar si respondió negativo que la pregunta 4

17. Indique un motivo por el cual usted no posee alguna mascota.

- No le gustan las mascotas
- No ha tenido la oportunidad de tener alguna
- Piensa tener una mascota pero después
- Cree que tener una mascota significa desaseo
- No tiene tiempo para cuidar a una mascota
- El espacio de su casa es muy pequeño para tener una mascota
- Si le gustan las mascotas pero en su casa no le permiten tenerlas
- Otros motivos: \_\_\_\_\_

18. Le gustaría ser contactado?

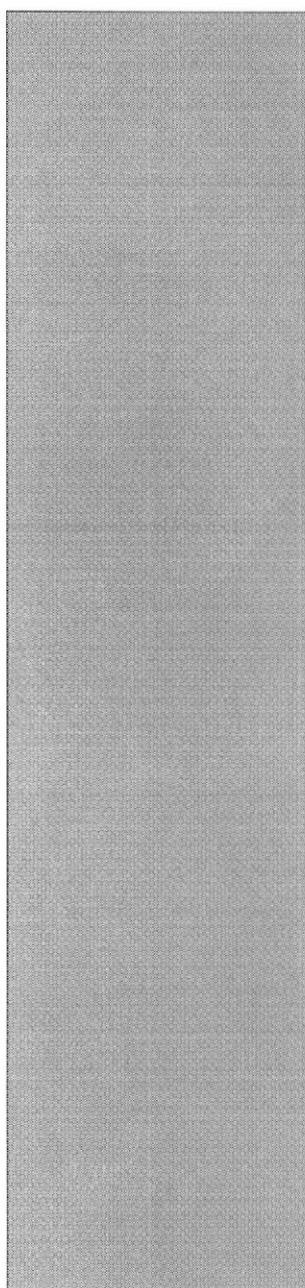
Nombre: José Rodríguez Rojas

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: - 2164511

Correo: jrodrigo@espol.edu.ec

Gracias por su colaboración



**BIBLIOGRAFÍA**



- [1] <http://www.funepets.com>
  - [2] <http://www.vivapets.com>
  - [3] <http://www.petuky.com/public/home>
  - [4] <http://www.petpop.com/>
  - [5] <http://www.civikkan.com/>
  - [6] <http://www.zootoo.com/>
  - [7] <http://www.petcharts.com>
  - [8] <http://www.tvmascotas.com/>
  - [9] <http://www.petpremios.com/acao/inicio.php>
  - [10] <http://www.petzume.com/>
  - [11] <http://www.cuteashell.com/>
  - [12] <http://www.doggyspace.com>
  - [13] <http://www.huesin.es>
  - [14] <http://en.unitedcats.com/welcome>
  - [15] <http://en.uniteddogs.com/welcome>
  - [16] <http://www.lamascota.com>
  - [17] <http://www.mascotasconectadas.com>
  - [18] <http://www.mundoperro.com.mx>
  - [19] FADA: Fundación Amigo de los animales 042 2403550, información de personas que tiene mascotas en Guayaquil.
  - [20] Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), información de la población de habitantes de la zona rural de Guayaquil <http://www.inec.gov.ec/web/guest/inicio>
- <http://messenger.com.es/categoria/redes-sociales>
- <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>
- <http://www.facebook.com/group.php?gid=9511678989>
- <http://www.sxc.hu>

<http://www.facebook.com/group.php?gid=9511678989>

<http://www.doovive.com/redes-sociales/mascotas/>