Taller de desarrollo de proyectos I

2º Cuat. 2010

Red Social para la Organización de Eventos Deportivos

**Bruno, Tomás**

**Ferreiro, Demian**

**Invernizzi, Esteban**

**Medina, Martín**

**Meller, Gustavo**

**Mouso, Nicolás**

Contenido

[Introducción 3](#_Toc270877763)

[Objetivo 3](#_Toc270877764)

[Definición del Alcance 3](#_Toc270877765)

[Marketing Mix 4](#_Toc270877766)

# Introducción

El siguiente documento tiene como objetivo introducir el producto que será desarrollado, explicitando el objetivo y el alcance del mismo y un análisis de marketing utilizando el modelo de las 4P y 5C.

En síntesis el trabajo que se desarrollará en un futuro será restringido exclusivamente a lo mencionado en este documento, siendo el mismo una primera versión la cual podrá ser ajustada en algunos casos pero no modificado en su esencia.

# Objetivo

Desarrollar una Red Social de Eventos Deportivos bajo el nombre de <NOMBRE>, previo análisis de viabilidad y condiciones del mercado. El concepto de <NOMBRE> comprende una red social basada en la web que permita a la comunidad de usuarios organizar partidos deportivos entre aficionados, así como torneos y rankings de distinta índole.

# Definición del Alcance

Se desarrollará un sistema de administración de eventos de deportivos, que almacenará información sobre deportistas, establecimientos deportivos y equipos que interactuarán en la organización de dichos eventos.

El sistema estará fuertemente integrado con el sitio web [Facebook](http://www.facebook.com). Se utilizará su base de usuarios, así como el soporte para autenticación y red de contactos. Todo usuario de <NOMBRE> deberá contar con una cuenta de Facebook para utilizar el sistema.

El sistema contará con dos tipos de usuarios: deportistas y establecimientos deportivos. Cada uno de ellos deberá contar con una cuenta en Facebook para acceder a <NOMBRE>, y se autenticará de esa manera. Los usuarios podrán ser dados de alta y de baja en el sistema a partir de dicha cuenta y por autorización a través de la misma. También podrán realizarse altas y bajas de usuarios de forma administrativa, sin la intervención de los mismos.

Se darán de alta eventos deportivos, especificando parámetros como fecha, deporte, cantidad de participantes, estado de publicidad (público o privado), establecimiento elegido, entre otros. Una vez finalizados, el sistema permitirá informar resultados de los mismos, y asignar puntuaciones a los participantes entre sí.

Se podrán dar de alta, de baja y modificar equipos fijos para un determinado deporte.

Se darán de alta torneos deportivos en los cuales podrán inscribirse los equipos inscriptos en el sistema.

Se mantendrán rankings de jugadores y de equipos según deporte, y de establecimientos deportivos.

Se utilizará el punto de integración de publicación de Facebook para la difusión de los eventos deportivos, equipos en los que formen parte contactos que posean posiciones vacantes, y otras informaciones relevantes a los usuarios.

Se utilizará el punto de integración de solicitudes de Facebook para la invitación a equipos por parte de los contactos de los usuarios.

Se utilizará el punto de integración de pestaña de aplicación de Facebook para publicar en los perfiles de Facebook de los usuarios su información referente a su actividad en <NOMBRE>, así como posición destacada en rankings de jugadores, próximos eventos en los cuales participarán, y otras informaciones de interés para sus contactos.

# Marketing Mix

# *4P’s*

* **Producto:** <características, calidad, servicio, soporte, línea de productos> Una red social a ser utilizada por deportistas y establecimientos que servirá para la organización de eventos deportivos
* **Lugar(Place): <**canal de distribución, etc.>. Como canal de distribución, apuntamos a usar la arraigada red social que es Facebook, aprovechando las posibilidades que brinda para desarrollar sobre ella.
* **Promoción:** <publicidad, fuerza de ventas, folletos, cupones promocionales, etc.> Las opciones de promoción tenidas en cuenta por el momento, se basan principalmente en tomar fuerza desde el atractivo de las redes sociales, particularmente en las alternativas de Facebook. Como ser, links promocionales, bookmarks, invitaciones a eventos entre grupos de amigos, avisos de novedades, distribución de links en la red social, etc.
* **Precio:** <precio de lista, descuentos, promociones, para usuario final y para el canal de distribución> El precio de lista sería impuesto por las diversas organizaciones adheridas y el recargo adicional del servicio sería <MONTO>. Se evaluaría la opción de dar descuentos a usuarios que se registren al sistema con categoría PREMIUM, así como notificaciones sobre promociones acordadas con los colaboradores, o bien promociones inherentes a los mismos.

# *5C’s*

* **Consumidor:** <necesidades, segmentos, comportamiento> Vemos una oportunidad en la creciente fuerza tomada por las redes sociales, y en la constante búsqueda de la comodidad y facilidad de acceso a lo que se desea de los usuarios. Apuntamos a brindar esa comodidad y facilidad, acercando al usuario una opción simple y extensible a sus redes de amigos para satisfacer esta necesidad.
* **Compañía:** <Marca, imagen, capacidad de producción, capacidad financiera, organización, etc.> En este caso la compañía seríamos nosotros.
* **Competencia:** <Acciones relacionadas, condiciones del mercado> No existe hasta el momento una red social que abarque las funciones que tendría el proyecto en el mercado al que apuntamos.
* **Colaboradores: <** Mayoristas, proveedores> Los colaboradores vendrían a ser los organizadores físicos de los eventos, es decir, los que proveen el lugar en donde se desarrollaran los eventos deportivos. Estos pueden ser clubes, polideportivos, complejos privados, etc.
* **Contexto:** <Cultura, política, regulaciones, normas sociales> El mundo se encuentra en una época en la cual Internet se encuentra fuertemente integrado y accesible para la mayoría de la población. Dentro de este “mundo” las redes sociales son las que más han crecido en los últimos años, llegando a tener 500 millones de usuarios. A través de las redes sociales no solo se conocen las personas sino que también: se convocan a eventos, se transmiten conceptos, formas de pensar, se hace política, se publicita, etc.