

Desarrollo del Sitio Web y Plan de Negocios de www.tuguiarapida.com

Robert Calderón¹, Fernanda Jimenez², Dr. Gustavo Galio, M. Sc.³

¹⁻² Facultad de Ingeniería en Computación

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Km. 30.5. Vía Perimetral, Guayaquil, Ecuador

Teléfono: +593 4 269773-4, Fax: +593 4 269776

¹ racalder@espol.edu.ec,

² fijimene@espol.edu.ec,

³ ggalio@espol.edu.ec,

Resumen

Las Páginas Amarillas son la ventana de un enorme mercado con un alto grado de fragmentación. No existe hoy en día ningún mecanismo eficaz que 'premie' a los buenos profesionales/empresas. Actualmente el ciudadano, en promedio no tiene un mecanismo eficaz para referir un profesional o empresas de un determinado sector, facilite su búsqueda o contacto en caso de necesitar sus servicios. Por otro lado, los autónomos, comercios y pequeñas empresas no disponen de una manera eficaz de diferenciarse de su competencia, como por ejemplo la calidad o el precio. Sólo disponen de la imagen que proyectan a través de los resultados de sus servicios ofertados, o el contratar anuncios en medios impresos, como las Páginas Amarillas. Ambos sistemas limitan por tanto el ritmo de crecimiento de los profesionales y empresas que pudieran destacar en los diferentes sectores. Una solución viable a estos problemas es www.tuguiarapida.com ya que los sitios que hay en la actualidad no poseen las innovaciones que se desea.

Palabras Claves: *Paginas Amarillas, Servicios, Sitio Web, Profesionales/Empresa, Solución.*

Abstract

The Yellow Pages are the window of an enormous market with a high degree of fragmentation. There does not exist nowadays any effective mechanism that 'rewards' the good professionals / companies. Nowadays the citizen, in average does not have an effective mechanism to recount a professional or companies of a certain sector, facilitate your search or contact in case of needing your services. On the other hand, the autonomous ones, trades and small enterprises have not in an effective way of differing from your competition, as for example the quality or the price. Only they have the image that they plan across the results of your offered services, or to contract announcements in printed means, as the Yellow Pages. Both systems limit therefore the pace of growth of the professionals and companies that could stand out in the different sectors. A viable solution to these problems is www.tuguiarapida.com since the sites that exist at present do not possess the innovations that are wished.

1. Introducción

Las personas que desean buscar un lugar, servicio, o profesional, invierten mucho de su tiempo buscando lo que necesitan en guías telefónicas. Actualmente no existe un recurso que provea información de lugares, servicio, o profesional de una manera rápida. www.tuguiarapida.com suple esta necesidad ofreciendo información de todo tipo de proveedores de productos, servicios, profesionales, centros de recreación, lugares turísticos, a través de una de una búsqueda personalizada, permitiendo al usuario obtener información oportuna.

De esta manera, el usuario no pierde tiempo, en ir y pasar tiempo, buscando lo que necesita, tiene a la mano una guía virtual fácil de usar, con las mejores empresas, lugares y profesionales del medio.

2. La Problemática

Los problemas en la planificación de un evento son consecuencias de invertir mucho tiempo en las siguientes actividades:

- Localizar un lugar o un profesional, debe buscar en la guía telefónica.
- Tiempo que implica la búsqueda en una guía telefónica.
- Desconocimiento de cómo llegar al sitio buscado.
- Acceso de información desde cualquier ubicación.
- El usuario posee información local
- El usuario no siempre cuenta con una guía telefónica a la mano.
- Limitación del Idioma

www.tuguiarapida.com le ayuda a localizar de una manera más rápida, sin dejar cosas muy importantes a un lado, permite invertir el dinero en los productos que el usuario desea, debido a que posee una lista de productos y servicios variados para eventos, así como sus precios y dónde encontrarlos.

2.1. Servicios que se ofertan

Tuguiarapida.com es un sitio web que presenta una guía nacional de profesionales, artesanos, empresas, sitios de recreación, bares, hotelería y turismo, etc.

Ofrece una interfaz de uso sencillo, tecnología de búsqueda avanzada y una selección de funcionalidades que permite al usuario acceder a la información que necesita de forma directa.

Características

- Sección Información Útil Teléfonos de Emergencias - Servicios Públicos -

Transporte/General - Servicios de Asistencia Comunitaria - Hospitales - Comisarías/Cuarteles de Bomberos.

- Es la forma más práctica y fácil de encontrar proveedores o clientes potenciales, de productos o servicios a nivel local, nacional.
- Sección alfabética de empresas y profesionales.
- Listado de los números telefónicos, ordenado alfabéticamente, de todos los establecimientos comerciales y profesionales del País.
- Guía Clasificada:
 - Sección Profesionales: Información de Profesionales según actividad.
 - Sección Comercial: Información completa correspondiente a más de 2400 rubros comerciales.
- Medio para publicar ofertas y/ o promociones referidas al turismo.

Innovación de www.tuguiarapida.com

Cada vez los usuarios ingresan buscando información de empresas y/o personas. El portal de www.tuguiarapida.com cuenta con:

- **Criterios de búsqueda:** El usuario podrá obtener las direcciones y teléfonos de empresas, profesionales, productos y servicios en todo el Ecuador mediante varios criterios de búsqueda: Servicios 24 horas, por actividad, por nombre y por actividades mas consultadas, por categorías, sectores y proximidad.
- **Búsqueda en inglés y español:** El sitio cuenta con información en idiomas inglés y español, proporciona a los viajeros toda la información útil para encontrar los restaurantes, hoteles, comercios más cercanos a los distintos atractivos turísticos.
- **Búsqueda por tipos de establecimiento:** Incluye para que los amantes del buen vivir puedan encontrar y disfrutar por anticipado los platos y comodidades que el establecimiento ofrece. Se puede buscar por tipo de establecimiento y especialidad de cocina, nombre, provincia y localidad,
- **Búsquedas de empresas:** El sitio incluye el más extenso contenido de empresas del Ecuador, donde se puede ingresar y buscar por figuración, rubro y producto/marca.

- **Mapas interactivos de localización:** Del mismo modo que evolucionan los mercados, varía también la manera de atraer nuevos clientes y generar mayores oportunidades comerciales. Por este motivo www.tuguiarapida.com desarrollara el sitio más completo del Ecuador, donde puedes encontrar un mapa de ubicación del servicio o profesional buscado.
- **Acceder a la información de www.tuguiarapida.com a través de tu celular:** Con el fin de ampliar las alternativas de comunicación entre proveedores y clientes, brindara el acceso a todos sus directorios por medio de su servicio WAP (Wireless Application Protocol) a través de tu celular.

3. Análisis del Mercado

3.1. Identificación y segmentación del mercado

Nuestra segmentación del mercado esta orientado aquellas empresas pequeñas, medianas y grandes, pertenecientes al sector industrial, comercial y de servicios. A su vez ofrecemos el servicio a profesionales y turistas que requieran promocionarse en nuestro sitio Web.

3.2. Mercado real y potencial

Realizamos un análisis de nuestra competencia, mediante información investigada, encontramos que existen sitios Web en nuestro medio tales como: guiatelefonica.com.ec y paginasamarillas.com.

Por lo anteriormente expuesto, es pertinente la creación de nuestro sitio web de esta categoría y al desarrollar satisfactoriamente la misma y sus servicios estimamos, con el apoyo de la investigación de mercado que hemos realizado, obtener un porcentaje del mercado no inferior al 7%.

Mercado Potencial.- Todos los profesionales, comerciales/industrias, sitios turísticos que necesitan publicitarse a nivel nacional. Todos usuarios que usen sitio Web/celular y que necesita algún servicio específico.

Etapa del Mercado.- El Mercado esta en etapa de crecimiento por la demanda profesional.

Segmento Objetivo.- Profesionales, empresas comerciales/industriales, el sector hotelero y turístico, usuarios que usen sitio Web/celular y que necesita algún servicio específico.

Tamaño del Mercado Publicitario	Año 1 #	Año 2 #	Año 3 #
Profesionales graduados 5% incremento anual	615,202	645,962	678,260
Empresas nuevas: 30% incremento anual	1,034	1,344	1,747
Total servicio publicitario potencial	616,236	647,306	680,007
3% mercado objetivo: Profesionales graduados	18,456	19,378	20,347
20% mercado objetivo: Empresas nuevas	207	269	349
Potencial de usuarios del servicio de búsqueda	Año 1 #	Año 2 #	Año 3 #
Usuarios Telefonía móvil: 20% incremento anual	9.107,799	10.929,358	12.240,881
Turistas: 5% incremento anual	860,784	903,823	949,014
Total servicio búsqueda	8.987,181	10.655,49	12.651,02
2% mercado objetivo: No profesionales	162,528	165,778	169,093
7% mercado objetivo: Turistas	60,255	64,472	68,985

Tabla 3.1 Tamaño del Mercado Publicitario

3.3. Cuantificación de mercado

Profesionales

GRADUADOS DE NIVEL TECNICO SUPERIOR, TERCER NIVEL Y CUARTO NIVEL SEGÚN EL TIPO DE INSTITUCION Y LA MODALIDAD DE ESTUDIO

GRADUADOS	MODALIDAD			
	Distancia	Presencial	Semi Presencial	Total General
Tipo institución				
Instituto	539	66809	868	68216
Universidad	27709	463044	56233	546986
Total General	28248	529853	57101	615202

Tabla 3.2 Totales de graduados por modalidad e institución

GRADUADOS	MODALIDAD			
	Distancia	Presencial	Semi Presencial	Total General
Tipo institución				
Instituto	0.09%	10.86%	0.14%	11.09%
Universidad	4.50%	75.27%	9.14%	88.91%
Total General	4.59%	86.13%	9.28%	100.00%

Tabla 3.3 Porcentaje de graduados por modalidad e institución

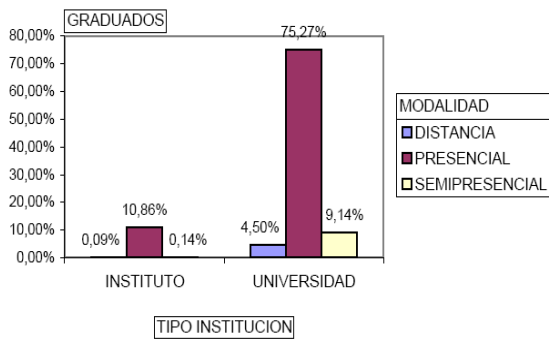


Figura 3.1 Profesionales graduados según modalidad y tipo de institución

Hoteles, Restaurantes y Servicios

Número de Establecimientos

En el año 2003 el INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, realizó el censo sobre establecimientos comerciales, y se determinó que en el país hay 911 establecimientos, 94 más que en el 2002; De éstos, el 28%, se dedicaron a la actividad de Hoteles y Restaurantes y; el 72%, a la de Servicios.

A nivel regional, la Sierra es la que aporta a la investigación con el mayor número de establecimientos 503 (55%), a continuación se encuentra la Costa con 386 (42%) y finalmente la Amazonía y la Región Insular juntas con 2 establecimientos (3%). Las provincias de Pichincha en la Sierra y Guayas en la Costa, son las de mayor representación al interior de cada una de sus regiones, con el 71% y 81% respectivamente. En conjunto, las dos provincias, representan el 74% de los establecimientos investigados en el país; constituyendo además los principales polos de la actividad económica nacional.

Tanto en Pichincha como en Guayas, el mayor número de sus establecimientos se dedica a las actividades de Servicios, 79% en Guayas y 77% en Pichincha.

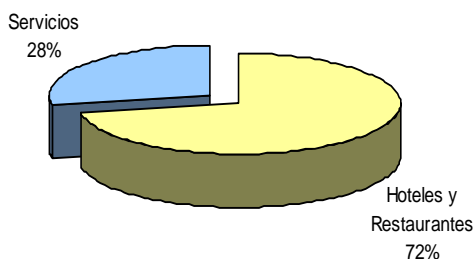


Figura 3.2 Establecimientos según su actividad

Turistas

Según información proporcionada por el Departamento de Estadísticas del Ministerio de Turismo, a inicios de enero del 2006, un total de 860 mil 784 visitantes extranjeros ingresaron al Ecuador durante el año 2005.

Esta cifra representa un incremento de alrededor del 6% con relación al 2004, que registró un ingreso de 818.927 visitantes. Los meses de mayor flujo según las estadísticas, fueron marzo que registró un ingreso de 86.21, seguido por los meses de junio, julio y agosto, que muestran un ingreso de 82.671; 84.986 y 82.010 respectivamente.

Según la información preliminar proporcionada al Ministerio de Turismo por la Dirección Nacional de Migración, por los aeropuertos de Quito y Guayaquil ingresaron 345.400 y 187.270 extranjeros respectivamente, constituyéndose en las principales jefaturas de entrada al país, seguidas por El Oro con 171.406 y el Carchi con 120.680.

Telefonía Móvil

La Superintendencia de Telecomunicaciones aclara que los datos estadísticos relacionados con la cantidad de usuarios de la Telefonía Móvil que se publican en su página Web institucional, son los reportados por las propias operadoras, de acuerdo con los requerimientos establecidos en la normativa vigente, según los reportes de las operadoras han determinado el número de abonados: Conecel, del grupo América Móvil con 6.143.245 usuarios, Otecel, del grupo Telefónica con 2.553.287 usuarios, y Telecsa con 411.267

USUARIOS DE TELEFONIA MOVIL POR OPERADORA - MARZO 2007

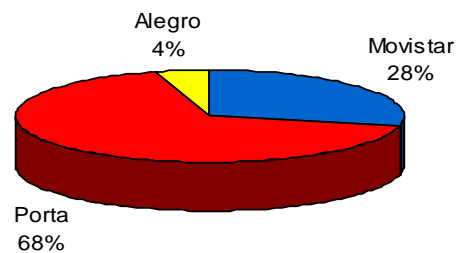


Figura 3.3 Usuarios de telefonía móvil por operadora

4. Elaboración de las Estrategias de Mercado

Tras la recopilación de la información obtenida mediante el trabajo de campo realizado, y una vez que se ha tratado y organizado los datos, se ha procedido al análisis de los mismos, obteniendo como resultado el diagnóstico publicitario.

A partir del diagnóstico publicitario del sector se construye el análisis FODA del sector, incluyendo sus aspectos internos y aspectos externos que inciden en el desarrollo del sector publicitario.

ANÁLISIS FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Personal profesional capacitado en el área de desarrollo del sitio Web. Capacidad de adaptación a las necesidades del cliente. Disponibilidad a tiempo completo de personal. 	<ul style="list-style-type: none"> Empresa en etapa de Introducción al mercado, por lo que debe fortalecer su marca y uso del sitio. Conseguir financiamiento.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> Existen dos sitios Web: paginasamarillmas.com y guiatelefonica.com.ec, como competencia, pero no ofertan los servicios innovadores de tuguiaRapida.com. Posibilidad de promover a las nuevas empresas apoyando el crecimiento de la pequeña y mediana industria, lo cual favorece el desarrollo de este tipo de organización. Cobertura local, nacional y posible apertura de los mercados internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> El mercado de la publicidad online en nuestro país todavía es reducido, y podría afectar a nuestros ingresos La competencia es fuerte y es una barrera difícil de derribar al iniciar operaciones. La inestabilidad política – financiera del país siempre se va a presentar como una amenaza latente para cualquier negocio que se desee implementar.

4.1. Estrategia comunicacional.

- Daremos énfasis a la publicidad de www.tuguiaRapida.com empezando por un medio escrito, a través de avisos publicitarios, se ha seleccionado el principal periódico de la provincia del Guayas, “EL UNIVERSO”, el anuncio saldrá el día domingo, debido a que este día, el diario posee una sección que informa todo lo concerniente al sector tecnológico. Por medio de

este aviso daremos a conocer el servicio que ofrecemos a través de www.tuguiaRapida.com.

- Contacto telefónico, llamado a profesionales, empresas, hoteles, que están dentro de nuestro mercado, dándoles a conocer nuestra propuesta.
- Por correo electrónico, invitando a las empresas, profesionales a conocer nuestro producto.
- Por medio de la página Web, donde mostraremos nuestro concepto de negocio para aquellos que tengan acceso a Internet.

4.2. Estrategia promocional

- Publicidad en diarios de circulación nacional. Publicaremos tres espacios publicitarios promocionales, a lo largo del año, diario El Universo sería quien publique nuestro espacio.
- Aplicaremos incentivos a corto plazo para fomentar la adquisición de nuestro servicio, como por ejemplo: en el primer período no cobrar por concepto de publicidad; de esta manera, nuestros clientes podrán utilizar nuestro servicio inicialmente gratis.
- Inicialmente utilizaremos medios publicitarios escritos, como hojas volantes, tarjetas de presentación y medios electrónicos como el correo donde presentaremos nuestra dirección Web.
- Posteriormente realizaremos acuerdos con grandes portales nacionales ya posicionadas en el mercado en este caso www.eluniverso.com, www.estaentodo.com, y www.onnet.net, Como también publicidad por medio de radio como: radio Morena, CRE y Alfa; en periodos determinados como Diario El Universo y El Comercio, para fomentar una más rápida adopción del servicio.
- Envío de promociones a usuarios o visitantes del sitio Web, mediante estrategias de E-mail marketing con estándares de la I.A.B.
- Mediante esta publicidad pensamos darnos a conocer a las personas para que sean nuestros usuarios y a los empresas de productos/servicios y profesionales para que se convierten en nuestros clientes.

4.3. Estrategia de distribución

Nuestra estrategia de distribución para llegar al mercado, es proveer al usuario la facilidad de poder registrar su empresa de manera gratuita, en nuestro sitio Web, www.tuguiaRapida.com. De ésta manera, el

sitio Web podrá estar al alcance de todas las personas que deseen utilizarlo y acceder a la información que nuestros clientes han colocado, para que así el usuario pueda usar la información que este buscando.

Para los usuarios del sitio Web tenemos los siguientes canales de distribución:

- El más importante será nuestra página Web, a través de la cual nos promocionaremos como empresa
- Esperamos que nuestros usuarios nos ayuden con la promoción de nuestro sitio Web, por medio de la recomendación a familiares y amigos.

4.4. Estrategias: precio, comercialización, promoción y distribución

Precios

Tuguiarapida.com, opera con fines de lucro. Se entrega información gratuita, pero el profesional o empresa adquiere un espacio en el diario, para dar a conocer sus productos o servicios, para que así, su mensaje llegue a los consumidores.

Existen 5 tipos de planes para anunciarse: plan A, plan B, plan C, plan D, y plan E, siendo el primero gratis, los otros cuatros son similares pero se diferencian uno del otro, por sus características adicionales, como enlace a e-mail, web, publicidad gráfica adicional, según las necesidades del cliente.

Además, el cliente puede adicionar características de sus productos, a su plan escogido, pagando un valor por cada una de ellas. También se puede tener acceso al servicio vía teléfono móvil, para realizar consultas, siendo el coste del servicio 0.50 centavos por mensaje.

Tácticas de Mercadeo

- Obtener información de una cartera de clientes potenciales, como los profesionales y empresas comerciales.
- Ofrecer el producto y explicar las ventajas, costos y planes de pagos.
Categoría A: gratis
Categoría B: \$ 10
Categoría C: \$ 20
Categoría D: \$ 50
Categoría E: \$ 90
- Tarifa por acceso del móvil celular de 0.50 por mensaje sin incluir impuestos.
- Presentar un demo de la página Web y su funcionamiento en general.
- Dar promociones a las primeras empresas que se suscriban de un 20 % de descuento.

- Realizar un lanzamiento a través de medios escritos, correos electrónicos, revistas ofreciendo el producto.
- Modelo de negocio del buscador, basado en los ingresos de publicidad según la modalidad de pago por clic: (ppc) es decir, el anunciante paga únicamente si el internauta pincha en los enlaces patrocinados que aparecen junto a los resultados de la búsqueda.

5. Conclusiones

Debido a la iniciativa por parte de los integrantes del proyecto., recursos disponibles y tecnología existente, asegura una alta posibilidad de éxito en la implementación del sitio web www.tuguiarapida.com.

El mercado esta formado por empresas públicas y privadas, dedicadas a la difusión de ofertar sus productos; profesionales y, empresas de servicios como, hoteles, restaurantes, lugares de recreación, etc. que desean realizar mejoras significativas en sus actividades comerciales y obtener reconocimiento a nivel nacional e internacional por medio de la publicidad.

Por esta razón, una solución viable a estos problemas es www.tuguiarapida.com ya que los sitios que hay en la actualidad no poseen las innovaciones que se desea.

6. Recomendaciones

Internet ha venido a cambiar la manera de hacer negocios, basta con ver las grandes empresas que iniciaron como una idea en la cabeza de un emprendedor: Amazon, Dell, Google y Ebay, las cuales han logrado una trascendencia mundial logrando grades ventas y posicionado a sus creadores y directivos grandes ganancias, su éxito no se dio de un día para otro, ha sido un largo camino de trabajo que reduió con creces lo invertido.

El gran reto de las Micro y Pequeñas Empresas Ecuatorianas es el aprendizaje del uso del Internet para realizar negocios, el ganarse la confianza de los usuarios, el buscar e implementar mejores opciones de pago y el cumplimiento de los plazos de entrega, ya que estos son los puntos que los cibernautas destacan como principales para hacer sus compras en línea.

Ahora los clientes no solo están esperándole afuera, están en sus casas y trabajos conectados a la red de redes esperando que las empresas les ofrezcan valores y beneficios agregados a los servicios y productos, no hay que hacerlos esperar.

7. Referencias Bibliográficas

[1] Microsoft, “*Asp.net 2.0*”
Programmer’s Guide,
<[http:// es.gotdotnet.com/quickstart/aspplus/](http://es.gotdotnet.com/quickstart/aspplus/)>

[2] Programar, “*Ado Net*”,
“*Accessing Data*”, Abril 7, 2005
<<http://www.programar.net/directory/?fid=5>>