

**FUMIGACIONES DEL CARIBE  
EN BUSCA DE NUEVOS MERCADOS POR LA RED  
(WEB MARKETING)**

**ANA MILENA ALVEAR GOMEZ  
KAREN COTES ALTAMAR**

**UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR  
MINOR DE MERCADEO ESTRATEGICO  
CARTAGENA  
2004**

**FUMIGACIONES DEL CARIBE  
EN BUSCA DE NUEVOS MERCADOS POR LA RED  
(WEB MARKETING)**

**ANA MILENA ALVEAR GÓMEZ  
KAREN COTES ALTAMAR**

**Trabajo de monografía, presentado para optar al título profesional**

**Asesor  
CARLOS ERNESTO ORTIZ B**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR  
MINOR DE MERCADEO ESTRATÉGICO  
CARTAGENA  
2004**

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma de presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Cartagena, Abril 16 de 2004

## **DEDICATORIA**

Dedico esta investigación producto de mis deseos, de mi amor y de mi esfuerzo, a Dios luz de infinita sabiduría; a mis padres Alfonso Cotes y Enith Altamar por sus esfuerzos, su comprensión y su perenne amor; a mis hermanos Eny, Emilze, Andrés y a mi novio Hermes Osorio Lugo por su amor y colaboración durante el proceso de desarrollo de mi vida como profesional. También dedico este trabajo a mis abuelitas, estrellas que están en los cielos, por cuidarme y guiarme en mi camino para alcanzar una de mis metas; y finalmente a mis amigos incondicionales Alexandra Ahumada, Lorena Zapata, Carlos Rivero, Deyanira Gómez y Andrés Guevara. Gracias por todo, los amaré y recordaré hasta la eternidad.

**Karen Cotes Altamar**

El fruto de mi esfuerzo está dedicado primeramente a Dios, entera fuente de conocimiento. También les dedico esta investigación a mis hijas Valeria e Isabela, a mis padres Uriel Alvear y Nelly Gómez y a mi esposo Luis Martínez; quienes con su amor y comprensión me brindaron el apoyo necesario para llevar a feliz término este trabajo.

**Ana Milena Alvear Gómez**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a la empresa FUMIGACIONES DEL CARIBE por facilitarnos los medios necesarios para la realización de este proyecto, al profesor Carlos Ortiz por su asesoría, a Marcos cantillo y a Francisco José Botello por la dedicada colaboración que nos brindaron durante todas las etapas de la investigación y por último muchas gracias a todas esas personas que creyeron en nosotras y nos brindaron su respaldo.

# CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1 PRESENTACIÓN CORPORATIVA	3
1.1 ANTECEDENTES DE LA COMPAÑÍA	3
1.2 PROCEDIMIENTO DE TRABAJO PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS	4
1.3 PROCEDIMIENTOS ESPECÍFICOS PARA LA APLICACIÓN DE LOS INSECTICIDAS	5
1.4 CLIENTES ACTUALES	6
1.5 PERFIL DE LOS CLIENTES	8
1.6 PRODUCTOS UTILIZADOS	8
1.7 SERVICIOS QUE SE PRESTAN	9
1.7.1 Fumigación	9
1.7.2 Desratización	12
1.7.3 Encarpados	13
1.8 MISIÓN	13
1.9 VISIÓN	14
1.10 POLÍTICA DE CALIDAD	14
2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	15
3 JUSTIFICACION	19
4 ANALISIS DOFA	20

5	OBJETIVOS	23
5.1	OBJETIVOS GENERALES	23
5.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	23
6	MARCO DE REFERENCIA	25
6.1	PUBLICACIÓN DE LA PÁGINA EN INTERNET	25
6.1.1	Ahorro en gasto de publicidad	25
6.1.2	Ahorro en gasto de comercialización	26
6.1.3	Reducción de teléfonos y personal	26
6.2	DOMINIO	27
6.2.1	Importancia del nombre de dominio en la empresa	27
6.2.2	Publicidad al nombre de dominio	28
6.3	HOSPEDAJE DE LA PÁGINA WEB	28
6.4	ATENCIÓN PROFESIONAL	29
6.5	REPORTES DE TRÁFICO	29
6.6	CORREO ELECTRÓNICO	33
6.6.1	Buzón electrónico	33
6.6.2	Dirección y revisión del correo electrónico	33
7	POSIBLES SECCIONES DEL SITIO WEB	34
7.1	LA EMPRESA	34
7.2	SERVICIOS Y PRODUCTOS	34
7.3	¿POR QUÉ FUMIGAR?	34
7.4	SUGERENCIAS	35
7.5	FORMULARIO	35
7.6	CONTACTOS	35
7.7	LISTA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECEN	35
7.8	OTRAS INFORMACIONES	36
8	METODOLOGIA	37
8.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	37

8.2	FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN	37
8.3	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	38
8.3.1	Encuestas	38
8.4	ETAPAS DEL PROCESO DE MUESTREO	38
8.4.1	Población	38
8.4.2	Marco muestral	38
8.4.3	Muestra	38
8.4.4	Tiempo y espacio	39
8.4.5	Unidad de muestreo	39
8.4.6	Método de muestreo	39
	<b>ANEXO A. PROPUESTA ECONOMICA</b>	40
	<b>ANEXO B. ENCUESTA 1</b>	44
	<b>ANEXO C. ENCUESTA 2</b>	46
	<b>ANEXO D. ANALISIS DE LOS DATOS RECLUIDOS EN LAS ENCUESTAS</b>	48
	<b>ANEXO E CONCLUSION DE LOS FORMULARIOS</b>	57
	<b>ANEXO F. CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES PARA EL DESARROLLO DE LA MONOGRAFIA</b>	58
	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	
	<b>RESUMEN</b>	

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
<b>Figura 1.</b> Maquinas de Fumigación	6
<b>Figura 2.</b> Logotipos de los clientes actuales	7
<b>Figura 3.</b> Cucaracha Alemana	10
<b>Figura 4.</b> Garrapata	10
<b>Figura 5.</b> Mosquito	10
<b>Figura 6.</b> Mosca	11
<b>Figura 7.</b> Abeja	11
<b>Figura 8.</b> Hormiga	11
<b>Figura 9.</b> Rata	12
<b>Figura 10.</b> Gorgojo	13
<b>Figura 11.</b> . Visualizaciones de página por hora	30
<b>Figura 12.</b> Visualizaciones de página por día de la semana	31
<b>Figura 13.</b> Países que visitan páginas Web	32
<b>Figura 14.</b> Cuadro estadístico	33

## LISTA DE ANEXOS

Pág.

### **ANEXO D. ANÁLISIS DE LOS DATOS RECLUIDOS DE LAS ENCUESTAS**

#### **ENCUESTA 1**

Gráfico estadístico: Un 71% de las amas de casa encuestadas tiene computador 48

Gráfico estadístico: Un 100% de las amas de casa encuestadas que tienen computador tienen Internet. 49

Gráfico estadístico: El 86% de las amas de casa encuestadas han buscado información en Internet 49

Gráfico estadístico: El 100% de las amas de casa encuestadas se encuentran interesadas en buscar información en Internet. 50

Gráfico estadístico: El 57% de las encuestadas afirman que el servicio

prestado por Internet es excelente y el 43% afirma que es bueno	50
Gráfico estadístico: Un 71% de las amas de casa encuestadas les gustaría adquirir productos o servicios por Internet	51
Gráfico estadístico: Un 71% de la muestra esta de acuerdo con la comercialización de los productos y servicios de Fumigaciones del Caribe por la red	51
Gráfico estadístico: Un 71% de las amas de casa, están dispuestas a solicitar los productos y servicios de Fumigaciones del Caribe por la red.	52

## **ENCUESTA 2.**

Gráfico estadístico: El 100% de los encuestados consulta información por Internet	53
Gráfico estadístico: El 62% consulta con mucha frecuencia información por Internet, el 23% algunas veces y el 15% poco.	54
Gráfico estadístico: El 62% considera que el servicio prestado es excelente y el 38% considera que es bueno	54
Gráfico estadístico: El 54% de los encuestados afirma haber adquirido productos por Internet y un 46% nunca ha realizado compras por Internet.	55
Gráfico estadístico: Un 77% sostiene que le gustaría adquirir productos y servicios por Internet y un 23% no le agradaría.	55

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad tener pagina Web dejó de ser un lujo o una moda para las empresas; ahora se convierte en una necesidad primordial en un mundo con tendencia a la globalización.

Los usuarios de Internet se multiplican a un ritmo vertiginoso y la mayoría de las empresas buscan la manera de ganar dinero vendiéndoles un bien o servicio. Sin embargo, la experiencia de quienes pusieron su bandera en la red, demuestra que el marketing es una apuesta a largo plazo. Las inversiones en Internet han crecido a gran escala como el de los usuarios.

La venta tradicional, a diferencia de la rentabilidad por la red, da resultados que pueden medirse de manera inmediata ya que evaluar ganancias a partir de intangibles resulta extremadamente difícil; pero con los avances de Internet a través de los años se confirma como hacer negocios por la red resulta muy atractivo, se ahorran costos y se dan a conocer los productos y servicios a nivel mundial.

En un principio, conseguir información por Internet resultaba caótico; con la creación de la Web se permite una manera más organizada de acceder a la información disponible en Internet, y por lo tanto, contribuir a su crecimiento. Compañías pequeñas, empresas grandes, estados, gobiernos de distintos países, universidades, bibliotecas, están presentes en Internet. Las empresas, tradicionalmente han desarrollado sus estrategias, centrales en sus productos, servicios o líneas de negocios.

Con el aumento de la competencia, las organizaciones deben proporcionar una nueva oferta de productos y servicios y deben ser capaces de operar mas rápidamente en el mercado que sus competidores, estar a la vanguardia en los cambios que se presentan en el mercado, adoptar nuevas tecnologías y asumir esos cambios pensando siempre en satisfacer las necesidades de los clientes superando sus expectativas.

Internet permite llegar a un gran número de personas, dentro de las cuales se encuentran nuestros clientes actuales y nuestros clientes potenciales.

Por medio de Internet el cliente puede adquirir los productos y servicios requeridos y realizar transacciones desde cualquier lugar donde se encuentre o desde la comodidad de su hogar, a través de su teléfono móvil o un computador.

Gráfico estadístico: El 69% de los encuestados considera que sería excelente la comercialización de los productos y servicios y un 31% lo considera bueno. 56

Gráfico estadístico: Un 85% de la muestra tomada, solicitaría los productos y servicios de Fumigaciones del Caribe por la red 56

#### **ANEXO E. CONCLUSION DE LOS FORMULARIOS**

Gráfico estadístico: Resultado estadístico de las encuestas 57

**ANEXO F. CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES PARA EL DESARROLLO DE LA MONOGRAFIA** 59

## RESUMEN

**TITULO:** FUMIGACIONES DEL CARIBE EN BUSCA DE NUEVOS MERCADOS POR LA RED (WEB MARKETING)

**AUTORES:** Ana Milena Alvear Gómez  
Karen Cotes Altamar

La metodología que utilizamos para el desarrollo de la monografía fue por medio de investigaciones en libros y en Internet y a través de encuestas realizadas a los diferentes clientes que posee actualmente la empresa Fumigaciones Del Caribe.

Esta investigación tiene como objeto conocer y evaluar la factibilidad que tiene la creación de la página Web para la empresa. Nos encontramos en un mercado en crecimiento, dentro del cual la tecnología (El Internet) ha alcanzado un alto grado de importancia en el mundo comercial, es necesario crecer con el mercado para lograr ser cada vez más competitivos, lo cual nos permitirá ofrecer un mejor servicio y conquistar segmentos de nuevos mercados y posiblemente lograr la fidelización de todos los clientes.

La investigación se realizó en base a: un análisis DOFA, en la observación de los consumidores y a de acuerdo a la evaluación y tabulación de las encuestas. Los resultados que obtuvimos son positivos tanto para la empresa como para los clientes, uno de estos son:

- Para la empresa: Ahorro en gasto de publicidad, Ser la primera empresa de fumigación en crear su propia página Web ayudará a tener dominio en el mercado. (actualmente en Colombia no existe una empresa de fumigaciones con su propia página Web), Incursionar en nuevos mercados, mayores ventas, entre otras.
- Para los clientes: En cualquier parte del mundo y a cualquier hora podrá ser visitada, Los clientes podrán recorrer todo el documento donde se exhibirán los productos y servicios de la compañía, revisarán sus especificaciones, los precios, las ofertas, la dirección, la visión, la misión políticas de venta, las condiciones de pago y todo aquello que considere importante; y finalmente, tomará la decisión de compra y podrá ponerse en contacto con la empresa. Todo esto, desde la comodidad de su hogar u otro lugar, a cualquier hora del día o la noche y tomando todo el tiempo que requiera para hacerlo, entre otras.

El resultado arrojado en las encuestas fue favorable, en donde un 80% esta de acuerdo en adquirir por la red los productos y servicios que ofrece Fumigaciones Del Caribe, y la empresa a su vez está de acuerdo en implantarla, por tal razón concluimos que este es un proyecto favorable.

## **1 PRESENTACION CORPORATIVA**

### **1.1 ANTECEDENTES DE LA COMPAÑÍA**

Hace 18 años se decidió montar una empresa de servicios con el fin de proporcionar servicios especializados en el control de plagas a nivel industrial y residencial. Esta ubicó sus instalaciones en Cartagena, contando con tres trabajadores que le ayudaron a prestar el servicio de control de plagas en la ciudad.

Después se decidió reestructurar la empresa en zonas, una de ellas Cartagena, dándole el nombre de FUMIGACIONES DEL CARIBE; la cual se encuentra enfocada al control de plagas vendiendo sus servicios como una “protección” para el cliente, a diferencia de lo que ocurre con otras empresas del sector, que venden una solución a un problema en un momento determinado. Además, es la única empresa que ofrece un servicio a la medida para cada cliente, tanto en el sector residencial como en el sector Comercial/Industrial ayudando en el desarrollo y cumplimiento de sus programas de control de calidad mediante el análisis de riesgos y control de puntos críticos.

El control de calidad de FUMIGACIONES DEL CARIBE se basa en la formación continua de todo su personal, tanto a nivel directivo como técnico y comercial. Desarrolla y actualiza manuales de procedimiento y guías de servicio para que su personal mantenga al día los conocimientos sobre nuevas técnicas y productos en control de plagas.

En FUMIGACIONES DEL CARIBE, la formación del personal está considerada como herramienta básica y estratégica para el desarrollo de la compañía; Durante el transcurso del tiempo, la compañía ha ido fortaleciéndose en Cartagena y ha crecido económicamente aumentando de esta manera su producción, todo esto gracias al reconocimiento de los buenos productos y servicios que esta ofrece.

## **1.2 PROCEDIMIENTO DE TRABAJO PARA LA PRESTACION DE LOS SERVICIOS**

El desarrollo de las actividades de fumigación, desinfección bacteriana, control antirrático y desratización; son aplicadas a los establecimientos comerciales, a las instalaciones que procesan alimentos, a las industrias que elaboran productos farmacéuticos para consumo humano, industrias que elaboran productos veterinarios, hoteles, conjuntos residenciales, restaurantes, centros recreacionales, centros comerciales, instituciones hospitalarias y educativas entre otras.

Para el desarrollo de las actividades asignadas, los operarios cumplen un conjunto de requisitos o pasos los cuales son: el primero es reportarse en la portería de la instalación a la hora solicitada con el celador o portero, y colocarse en contacto con la persona que está encargada de atenderlo para ejecutar el trabajo.

Una vez autorizado el ingreso y haberse entrevistado con la persona indicada procede a colocarse el overol de trabajo o lo lleva colocado si es que viene de un trabajo anterior (overol con el que cuenta como dotación diaria); así como los elementos de seguridad, a saber: Guantes de caucho negro (cuando va a aplicar insecticida), guantes de polietileno (cuando van a aplicar rodenticida), careta

respiradora con filtro de caucho para vapores orgánicos e inorgánicos (cuando van a aplicar insecticidas), casco protector de cabeza (cuando se requiere), los elementos de seguridad debe llevarlos colocados tales como: cinturón corrector de postura, botas de cuero o caucho según la temporada; esta dotación es la requerida por la **Secretaría de Salud de Bogotá**, como la que debe tener en forma permanente el operario de una empresa aplicadora autorizada, para realizar este tipo actividad en el Distrito Capital.

### **1.3 PROCEDIMIENTOS ESPECÍFICOS PARA LA APLICACIÓN DE LOS INSECTICIDAS**

- Preparar la máquina aspersora manual, motor aspersor, Nebulizador eléctrico, Motor estático, de acuerdo a las necesidades o labor a efectuar.
- Medir la cantidad de insecticida requerida para el proceso.
- Hacer la mezcla en la máquina o tanque de acuerdo al equipo, para proceder a cerrarlos, darle presión, prender el motor o conectar nebulizador, para comenzar la labor.
- Efectuar la aplicación sobre paredes, piso o techo, de acuerdo al sitio a tratar y a las indicaciones dadas en la empresa o a la solicitud pronunciada por el cliente, de acuerdo a sus necesidades, requerimientos o exigencias.

- Terminada la aplicación el fumigador debe cerciorarse que todo el producto mezclado se haya agotado, o en su defecto volver a reaplicar hasta terminarlo totalmente, puesto que no se debe verter residuo alguno en los sifones, jardines o zonas verdes de las instalaciones del cliente.
- Guardar el equipo empleado para iniciar la operación contraria de retirarse el equipo de protección empleado, hacer firmar la orden de aplicación, el formulario de riesgo de control de plagas, con la hora de salida, y hacer las observaciones pertinentes a la persona que acompañó al operario.

**Figura 1:** Máquinas de fumigación



#### **1.4 CLIENTES ACTUALES**

- Ajover- Bodega
- Agribrad Purina
- Hotel Sorrento
- Ámbar
- Avesco - Cartagena
- Cine Colombia

- Rest. Casa Fellini
- Rest. Passa Luna
- Rest. Mar de Juan
- Club Cartagena
- Dexton
- Hotel Hilton
- Hotel Capilla del Mar
- Hoteles Charlestón
- Hotel Santa Clara
- Hotel Barlovento
- Hotel Las Américas
- Las Bóvedas S.A.
- Laboratorio Gerco
- Presidencia
- Rest. la Vitrola
- Telecartagena
- Termocartagena
- Termocandelaria
- Hoteles Decameron
- Propílco
- C.I. Océanos
- Entre otros.

**Figura 2:** Logotipos de los clientes actuales



## **1.5 PERFIL DE LOS CLIENTES**

- Empresas Comerciales
- Empresas Industriales
- Hoteles
- Clubes
- Restaurantes
- Edificaciones
- Casas
- Apartamento

## **1.6 PRODUCTOS UTILIZADOS**

Los productos utilizados para la prestación de los servicios, están aprobados por el ministerio de salud pública y son producidos para ser utilizados en sitios donde habitan humanos, además que poseen gran espectro de control. Los productos que se utilizan para la prestación de los servicios son los siguientes:

- GOLIATH GEL
- SOLFC EC 50
- PYBUTHRIN
- DURBAN WT
- DURBAN PRO
- K-OTHRINE EC 25
- DRAGNET
- RACUMIN BLOQUE
- RACUMIN CEBO
- MUSAL
- STORM
- RODILON

## **1.7 SERVICIOS QUE SE PRESTAN**

**1.7.1 Fumigación:** se realiza para el control de insectos rastreros y voladores, es decir, cucarachas, hormigas, moscas, mosquitos, pulga, hormiga y en puntos específicos para el comején.

El control de cucarachas alemanas y hormigas en alimentos y bebidas es a base de Gel insecticida; este Gel es un cebo que contiene atrayentes alimenticios que después de consumido genera la muerte del insecto. La cucaracha por ser necrófaga se alimenta de sus congénères muertos contaminados, llevando a todos los que se alimenten de ella a una muerte segura. Este efecto de cascada puede llegar hasta una tercera generación.

La fumigación contra otro tipo de insecto, se realiza con líquido a través de un método de aspersión manual y a motor, para lo cual se hace necesario mantener el área a tratar libre de personas que no posean los elementos de seguridad requeridos; igualmente no puede permitirse el consumo o permanencia de alimentos en los lugares donde se esté realizando la fumigación.

**Figura 3.** Cucaracha Alemana



**Figura 4.** Garrapata



**Figura 5.** Mosquito



**Figura 6.** Mosca



**Figura 7.** Abeja



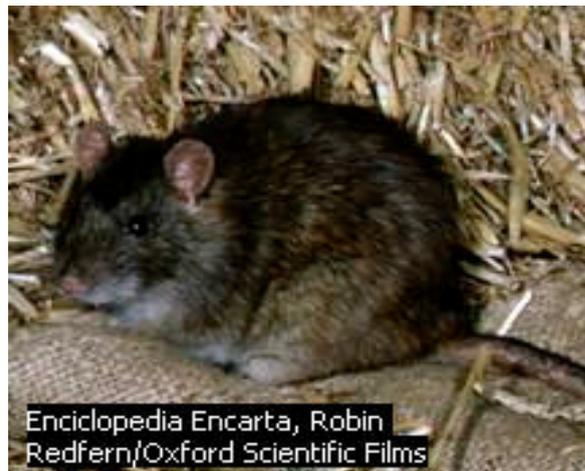
**Figura 8.** Hormiga



**1.7.2 Desratización:** El tratamiento de desratización es aplicado a roedores (ratas, ratones) el cual consta de dos visitas, en la primera se coloca el producto (cebos) en los sitios afectados por los roedores y en la segunda se hace la revisión y reposición de los cebos consumidos.

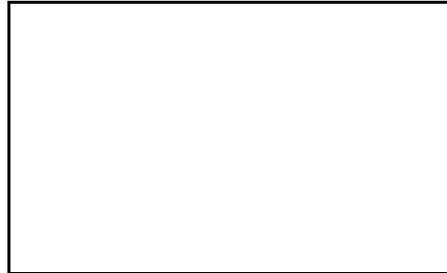
Los productos utilizados para la desratización, son productos anticoagulantes de segunda generación, lo que quiere decir que atacan los factores de coagulación de la sangre en los roedores, llevándolos a tener hemorragias internas sin poder detenerlas lo que disminuye los malos olores.

**Figura 9.** Rata



**1.7.3 Encarpados:** este es un tratamiento específicamente para los gorgojos; Este se presenta en los bultos de los alimentos, su procedimiento consiste en acumular los bultos en forma de pirámide, en la parte inferior se coloca el producto y posteriormente se forra con una carpa. El proceso dura entre 1 a 2 días.

**Figura 10.** Gorgojo



## **1.8 MISION**

*Fumigaciones Del Caribe Ltda.* Empresa consagrada al servicio de control de plagas y protección del medio ambiente, la cual se ha caracterizado por su liderazgo e innovación, orientando todos sus esfuerzos y recursos a brindar la máxima satisfacción de las necesidades del cliente, a través del cumplimiento de los requisitos de calidad y garantía exigida.

## **1.9 VISION**

Fumigaciones Del Caribe Ltda. Se ubicará como una de las principales empresas con mayor reputación que presta el servicio de control de plagas en el sector industrial, comercial y residencial; manteniendo una imagen y calidad de sus productos que los ha venido caracterizando en los últimos años, incrementando la satisfacción de sus clientes, contribuyendo al progreso de sus colaboradores trabajadores y la sociedad en general, dentro de un marco de responsabilidad integral.

## **1.10 POLITICA DE CALIDAD**

La gerencia general de Fumigaciones del Caribe, tiene como compromiso los sistemas de calidad con el propósito de satisfacer las necesidades de sus clientes, aplicando los recursos necesarios y su avanzada tecnología; para lograr la eficiencia y la eficacia de los procesos y brindar así un excelente servicio.

Nuestro equipo colaborador cuenta con excelentes herramientas que garantizan el cumplimiento efectivo de las actividades, iendo más allá de las expectativas de sus clientes.

Fumigaciones del Caribe se compromete a cumplir los objetivos de calidad requeridos para el crecimiento de la organización.

## **2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Nos encontramos en un mercado en crecimiento, dentro del cual la tecnología ha alcanzado un alto grado de importancia en el mundo comercial.

Se calcula que hay más de sesenta millones de personas con acceso a los servicios de Internet alrededor del mundo y ésta cifra sigue creciendo. El Internet ha tenido tanto éxito debido a que coloca al alcance de cualquier persona una gran cantidad de información en forma sencilla, siendo este un principio básico del Web marketing.

La creación de la página Web tiene como objeto difundir información sobre la empresa (misión, visión, objetivos, servicios que presta, productos utilizados, antecedentes de la compañía, entre otros) y por otra parte, que los clientes tengan acceso a los productos y servicios que se ofrecen. Desde cualquier parte, una persona al costo de una llamada local podrá tener acceso a la información que contiene la página Web, brindándole comodidad, rapidez y economía al momento de requerir o de informarse sobre un producto o servicio.

Es necesario crecer con el mercado, para lograr ser cada vez más competitivos, ayudándonos a ofrecer un mejor servicio, fidelizando a nuestros clientes, y conquistando segmentos de nuevos mercados.

Es importante reconocer que el Internet está cambiando la forma en que las compañías hacen sus negocios; todo apunta a que en un futuro cercano, este se convertirá en la herramienta central de interrelación y comunicación en el mundo comercial ( 1).

La computadora es una herramienta que puede hacer publicidad de los servicios y productos de manera más efectiva que la televisión debido a que esta permite combinar diferentes tipos de información, como son:

- INFORMACIÓN ESCRITA: La página Web incluye todo tipo de información escrita.
- INFORMACIÓN GRÁFICA ESTÁTICA: Dentro de las páginas Web se incluyen imágenes en color o blanco y negro, dibujadas o tomadas de la realidad.
- INFORMACIÓN GRÁFICA EN MOVIMIENTO: Dentro del portal se incluyen, algunas gráficas que ayuda a ser más dinámica la página.

La combinación de todos estos elementos, permitirá realizar un trabajo atractivo tanto para los clientes actuales, como para los potenciales; permitiendo de esta manera proyectar una imagen precisa del negocio, ayudando a maximizar las ventas y a su vez tenerlo disponible al público las 24 horas del día los 365 días del año, sin gastos operativos adicionales y reduciendo gastos del personal comercial,

---

<sup>1</sup> MARKETIN. LAMB – HAIR – MCDANIEL, CUARTA EDICION, 1998 INTERNATIONAL THOMSON EDITORES, 700 PÁGINAS

debido a que las solicitudes serán recibidas directamente al departamento requerido de acuerdo al servicio que se esté solicitado; es decir:

- Cuando se requiera la prestación del servicio de fumigación, desratización, tratamiento con encarpados, entre otros; la solicitud será atendida directamente por el departamento de operaciones.
- Cuando se solicite la venta de un producto, la solicitud será atendida directamente por el departamento de ventas.
- Y cuando se realizan sugerencias a la empresa por parte de los clientes, estas serán atendidas directamente por la gerencia general.

Cuando la página Web se publique en Internet, desde cualquier parte del mundo a cualquier hora podrá ser visitada. Los clientes podrán recorrer todo el documento donde se exhibirán los productos y servicios de la compañía, revisarán sus especificaciones, los precios, las ofertas, la dirección, la visión, la misión políticas de venta, las condiciones de pago y todo aquello que considere importante; y finalmente, tomará la decisión de compra y podrá ponerse en contacto con la empresa. Todo esto, desde la comodidad de su hogar u otro lugar, a cualquier hora del día o la noche, y tomando todo el tiempo que requiera para hacerlo.

De modo que cualquier duda que pudiera tener el cliente, la podrá consultar en su página Web; esto le ahorra tiempo de explicaciones a su personal y reducirá el número de llamadas locales y de larga distancia, debido a que se mantendrá

contacto vía Internet con los clientes, sobre alguna duda relacionada con la prestación de los servicios y venta de los productos.

Un valor agregado que ofrece Fumigaciones Del Caribe a sus clientes, es el de enviar informes de la situación actual de cada una de las áreas, sobre las infestaciones que estas presentan, esto con el objeto de mantenerlos informados sobre las condiciones que se presentan en las instalaciones, mostrando así las mejorías que se muestran en ellas.

Estos informes son enviados en forma escrita y entregados por el mensajero de la empresa y en otros casos son enviadas por correo (servientrega); Estos medios traen como desventaja, atraso en la entrega oportuna, aumento de los costos de transporte (valor del envío, gasolina), mayores costos en papelería y lo más importante tiempo, debido a que el mensajero se atrasa en el cobro, entrega de facturas y en las demás actividades requeridas a su cargo.

La creación y el funcionamiento de la página Web ayudarán a que esta actividad se realice de manera eficaz y a su vez ayudará a la disminución de los costos operativos; debido a que los informes serán enviados por e-mail a el correo establecido por cada cliente e igualmente se realizará la retroalimentación necesaria, generando así un servicio rápido y oportuno.

### 3 JUSTIFICACION

La importancia de la creación de una página Web radica, en que constituye una oportunidad, para que la organización sea más competitiva, además del beneficio directo que esto implica para los clientes, quienes tendrán la opción de solicitar el servicio en forma rápida y cómoda.

La creación de esta página permitirá penetrar nuevos mercados, facilitan el mejoramiento de los servicios, responder las preguntas más frecuentes de los clientes y a dar soluciones a las inquietudes, entre otros.

Cada día más personas en el ámbito mundial cuentan con Internet para informarse y buscar productos y servicios; Se conocen datos estadísticos que muestran una tendencia de no menos de 500 millones de usuarios conectados al Internet para el año 2005 <sup>(2)</sup>. Por tal razón esta es una buena oportunidad para que *Fumigaciones Del Caribe*, comercialice sus productos y servicios por Internet. Este estudio proporcionará información pertinente y precisa de cuáles son las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que posee la empresa en términos competitivos, al crear una página Web

---

<sup>2</sup> Internet: Marketing y estrategias en Internet.

## 4 ANÁLISIS DOFA

### **Debilidades:**

- La no publicación de toda la información de la empresa en la página Web.
- Los costos que implican la creación y el mantenimiento de la página.
- La falta de recursos, para el acceso a Internet. (dinero, tiempo, conocimiento, entre otros).
- Poca orientación hacia la tecnología avanzada.

### **Oportunidades:**

- Posibilidad de reconocimiento a nivel nacional.
- Viabilidad hacia mayores ventas y por ende mayor rentabilidad.
- Incursionar en nuevos mercados.
- Posible fidelización de nuestros clientes.

- Atraer clientes potenciales.
- Información al alcance de cualquier persona, en gran cantidad y en forma sencilla.

### **Fortalezas:**

- Tener nuestro negocio abierto las 24 horas del día los 365 días del año.
- Menores costos en publicidad y en fuerza de venta con respecto a las publicaciones en las páginas amarillas, periódicos, revistas y folletos.
- Registro sobre los clientes potenciales que visitan la página, formando una base de datos que permitirá dar seguimiento a posibles compradores.
- Adaptación a los cambios que exige el mercado y a los avances tecnológicos.
- Ser la primera empresa de fumigación en crear su propia página Web ayudará a tener dominio en el mercado. (actualmente en Colombia no existe una empresa de fumigaciones con su propia página Web).
- La actualización o cambios en la página, permite que esta sea más atractiva e interesante ante los ojos de los clientes.

- Se puede requerir el producto o servicio en pocos minutos, sin necesidad de trasladarse a las oficinas o de realizar repetidas llamadas.
- Se responden las preguntas más frecuentes de los clientes o solución a sus inquietudes.
- Las comunicaciones son a bajo costo

**Amenazas:**

- Los HACKER'S piratas informáticos, son personas que sabotean páginas Web y servidores, atentando contra la seguridad y la integridad de la empresa.
- Incentivar a la competencia a la creación de su propia página Web.
- La seguridad de las operaciones en línea.
- La privacidad de los datos personales.
- La falta de velocidad de las conexiones en la red.
- El trato impersonal con los clientes

## **5 OBJETIVOS**

### **5.1 OBJETIVOS GENERALES**

Diseñar una página Web con el fin de dar a conocer y vender los productos y servicios por la red, a nivel nacional.

### **5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Convertir la página Web en una gran aliada de la publicidad en las páginas amarillas.
- Mercadear y vender nuestros productos y servicios.
- Atender las sugerencias e inquietudes de los clientes.
- Atraer clientes potenciales.
- Mejorar o mantener la imagen de la empresa.
- Aumentar la cantidad de productos vendidos.

- Dar a conocer a los clientes potenciales, los productos y servicios que ofrece la empresa; Con el fin de mostrarles sus características y los procedimientos para su utilización.

## 6 MARCO DE REFERENCIA

### 6.1 PUBLICACIÓN DE LA PÁGINA EN INTERNET

**6.1.1 Ahorro en gastos de publicidad:** Con las continuas alzas de precios en publicidad, resulta cada vez más difícil anunciar los productos y servicio en revistas y periódicos. Los folletos y volantes resultan un medio caro y limitada su efectividad, que poco a poco se esta quedando obsoleto; sin embargo, si no se anuncia los productos y servicios por ningún medio, posiblemente se necesitarían muchísimos vendedores para promoverlos. Anunciar los servicios y productos en Internet es una solución económica y atractiva para la empresa, y por otro lado se consigue una difusión más amplia de los bienes y servicios por este medio.

Es una realidad que cada vez más empresas buscan su presencia en Internet, aquellos que logren registrar primero su nombre serán los que dominen el mercado así ha sucedido a lo largo de la historia, posiblemente Fumigaciones del Caribe será la primera empresa en el país que poseerá una tecnología avanzada en el proceso de adquisición de los productos y servicios, logrando así un mayor posicionamiento.

La utilización del Web marketing permitirá a la compañía reducir costes en todos y cada uno de los pasos de realización de su campaña publicitaria. Con una herramienta adecuada podrá ganar en eficiencia y en competitividad rápidamente.,

Los servicios en los que reducirá costes son: (3)

- Manipuladores de marketing directo
- Imprentas
- Creatividad de agencias de publicidad
- Correos o mensajería

**6.1.2 Ahorro en gastos de comercialización:** Se mantendrá un registro de las personas que visitan la página, formando una base de datos que permitirá dar seguimiento de los posibles compradores.

**6.1.3 Reducción de teléfonos y personal:** Cuando el cliente visite la página en la Web, podrá encontrar toda la información que desea consultar de la empresa como: misión, visión, objetivos, servicios que presta, productos utilizados, antecedentes de la compañía, dirección, teléfonos, especificaciones de productos, políticas de venta, garantía y todo aquello que esta incluido en la página.

De modo que cualquier duda que pudiera tener el cliente la podrá consultar en la página Web, esto le ahorra tiempo de explicaciones al personal y reduce el número de llamadas telefónicas locales y de larga distancia.

---

<sup>3</sup> Internet: Las páginas Web invaden y revolucionan el mercado de los negocios.

## 6.2 DOMINIO

Dentro del mundo de Internet, dominio es el nombre dado a un grupo de computadoras que pertenecen a una organización, con este nombre se puede identificar a las computadoras que corresponden a un corporativo debido a que el nombre de dominio corresponde en gran medida al nombre del corporativo. El nombre de dominio está separado por puntos, de otras letras, que identifican el tipo de organización o negocio que lleva el nombre, el país al que pertenecen y el protocolo., que equivale a las reglas de intercambio de información en la red (4.)

El significado de las primeras letras de una dirección electrónica: <http://www>. indican que el protocolo de transferencia empleado es el de Hiper Texto, este protocolo es el más usual en la red y basta con escribir [www](http://www), en el explorador para que la computadora lo identifique inmediatamente.

El nombre del dominio será el de: <http://www.fumigacionesdelcaribe.com>

**6.2.1 Importancia del nombre de dominio en la empresa:** El Dominio que seleccionamos es el mismo de la empresa con el objetivo de que sea fácilmente localizado en la red por nuestros clientes actuales y potenciales, inclusive si los clientes no conocen la dirección electrónica podrán hacerlo de manera intuitiva, escribiendo el nombre de la empresa teniendo de esta manera una respuesta favorable.

---

<sup>4</sup> Internet: Ventajas de tener una página Web en Internet

Por esta razón es importante señalar que si la empresa promueve un producto o servicio líder en el mercado o tiene una razón social de prestigio, registre de inmediato su nombre para que siga siendo usted quien lo use en la red.

La longitud total del dominio está compuesta por 21 caracteres.

**6.2.2 Publicidad al nombre de dominio:** Se publicara la dirección electrónica en diversos medios publicitarios, como son las facturas, hojas membreteadas, en los vehículos de la compañía, en los uniformes de los empleados, en las etiquetas de los productos, en la prensa, carteles y otros avisos con el objeto de atraer la mirada de miles de personas interesadas en saber más de nuestros productos y servicios.

### **6.3 HOSPEDAJE DE LA PÁGINA WEB**

Al tener lista la página Web hay que publicarla en Internet, utilizando un servidor; este tiene muchas ventajas lo cual hace que el negocio sea más productivo. Al contratar el servicio de hospedaje del sitio, el equipo encargado de desarrollar el proyecto dará de alta a la página Web en cientos de bases de datos, la página Web virtualmente empezará a registrar un incremento notable de visitas de clientes nuevos, y por lo tanto un incremento en la demanda de sus bienes y servicios gracias a este servicio.

Se espera que en menos de 2 años de tener a la vista del mundo la página Web, la empresa incremente sus ventas y disminuya los problemas administrativos como lo es la fuerza de venta.

#### **6.4 ATENCIÓN PROFESIONAL**

Al contratar el servicio de hospedaje de páginas Web se contratará a un grupo de profesionales que se preocupan los 365 días del año durante las 24 horas del día por mantener de manera constante la presencia de la empresa en Internet. No se necesitará contratar o adiestrar personal para la administración del sitio (ver Propuesta Económica).

#### **6.5 REPORTE DE TRÁFICO**

De manera oportuna se recibirá con detalle el tráfico registrado del sitio. Con esta información se sabrá la frecuencia con la que es visitada la página Web, los días de mayor afluencia, las semanas de mayor tránsito y con esta información se podrá comparar como día a día, más clientes potenciales se interesan por los bienes y servicios. Las siguientes gráficas demuestran el tráfico de cibernautas en los diferentes países del mundo.

**Figura 11.** Las horas del día que presentan más tráfico de personas son las de la mañana de 6:00 AM. a 12:00 MM. en forma ascendente.



**Figura 12.** El día de la semana más visitado por los cibernautas es el martes (6)<sup>5</sup>.



---

Ibid., p. 27

## PAISES QUE VISITAN PAGINAS WEB

**Figura 13.** Porcentaje de los Países que visitan paginas Web.

	1.
Chile	67.2 %
	2.
México	6.2 %
	3.
Colombia	6.2 %
	4.
Venezuela	4.7 %
	5.
Perú	3.1 %
	6.
Estados Unidos	1.6 %
	7.
España	1.6 %

Desconocido

9.4 %

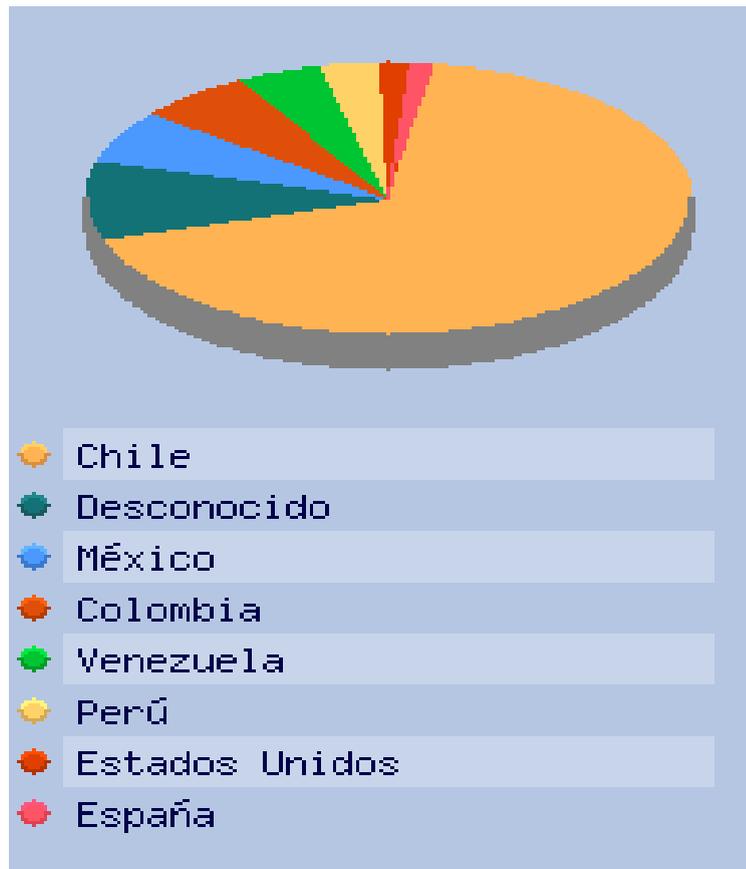
Total

100.0 %

---

Ibid., p. 27

**Figura 14.** Cuadro estadístico, de los países que más frecuente mente visitan paginas Web.



De acuerdo a estos datos podemos concluir que, Colombia, es el cuarto país más visitado en la red por los cibernautas; por tal razón puede llegar a ser una ventaja crear o introducir negocios por Internet.

## 6.6 CORREO ELECTRÓNICO

**6.6.1 Buzón electrónico:** Al momento de asignar un servidor virtual a la compañía, con el fin de poner ante los ojos del mundo la información de la página Web, se asignarán las cuentas que se necesiten de correo electrónico. Esto dará la oportunidad al personal, de tener en forma personalizada una dirección electrónica a la cual recibirá todo tipo de información.

El espacio asignado para su buzón electrónico dependerá del plan que se elija y del espacio asignado; si la empresa considera que requiere de mayor espacio, de inmediato se diseñará un plan de acuerdo a sus necesidades.

**6.6.2 Dirección y revisión del correo electrónico:** La dirección de correo electrónico estará dada por el nombre del dominio asignado, más el nombre las personas a las cuales se les asignará el espacio. De esta forma los clientes siempre recordaran la dirección electrónica; a su vez, a cada departamento de la empresa (departamento de ventas, departamento operativo, gerencia) se le asignará junto con su nombre de usuario, una contraseña para que pueda descargar el contenido de su buzón electrónico; con el objeto que este servicio sea personalizado y privado.

## **7 POSIBLES SECCIONES DEL SITIO WEB**

### **7.1 LA EMPRESA**

Información referente a la empresa como lo es: su historia, misión, visión, razón social, política de calidad, política de venta, perfil de los clientes.

### **7.2 SERVICIOS Y PRODUCTOS**

Sección destinada a dar información sobre los servicios y productos que actualmente ofrece la empresa.

### **7.3 ¿POR QUE FUMIGAR?**

Sección destinada a brindar información a los visitantes y posibles clientes sobre plagas, precauciones y otras razones por que fumigar, todo esto con el fin de motivar al visitante a utilizar sus servicios.

## **7.4 SUGERENCIAS**

Sección destinada al envío de sugerencias por parte de los clientes.

## **7.5 FORMULARIO**

Formulario donde los visitantes ingresarán sus datos y posteriormente realizar cotizaciones o pedir información sobre servicios y productos.

## **7.6 CONTACTOS**

Dirección, teléfonos, correos.

## **7.7 LISTA DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE OFRECEN.**

Se ofrecen servicios de control de plagas, control de cucarachas, hormigas, pulgas, moscas, roedores, entre otros.

Se venden accesorios tales como cebaderos, venenos, trampas adhesivas, lámparas atrapa moscas etc.

## **7.8 OTRAS INFORMACIONES**

Este es un espacio donde la empresa podrá publicar información que estime conveniente para sus clientes.

## **8 METODOLOGÍA**

### **8.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Nuestro tipo de investigación es descriptiva, porque en la investigación logramos seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio, la descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto.

### **8.2 FUENTES PARA LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

La información necesaria para la investigación se obtuvo de:

- Fuentes Primarias
  - Entrevistas
  - Encuestas
  
- Fuentes Secundarias
  - Internet
  - Textos
  - Revistas

### **8.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

**8.3.1 Encuestas:** Encuestas dirigidas a los clientes actuales, como también a los usuarios que adquirieron servicio en las dos últimas semanas del mes de Enero de 2004.

### **8.4 ETAPAS DEL PROCESO DE MUESTREO**

**8.4.1 Población:** La población objeto de investigación estará constituida por todos los clientes actuales con que cuenta fumigaciones del caribe y que adquieren el servicio de fumigación y desratización o compran sus productos.

**8.4.2 Marco Muestral:** Restaurantes, Hoteles, Empresas comerciales, empresas industriales, Casas o Apartamentos

**8.4.3 Muestra:** Para efectos de la recolección de la información, se tomará una muestra que cumplan con los requisitos antes mencionados.

El tamaño de la muestra se medirá mediante una encuesta realizada a 5 hoteles, 3 restaurantes, 7 amas de casa y 5 empresas.

**8.4.4 Tiempo y Espacio:** Octubre del 2003 a Abril del 2004, en la ciudad de Cartagena.

**8.4.5 Unidades de Muestreo:** La encuesta será dirigida a:

- Hotel Coralias las América.
- Hotel Sorrento.
- Hotel Sofitel Santa Clara
- Hoteles Decameron Colombia
- Hotel Hilton.
- Restaurante La Bruschetta.
- Restaurante La Vitrola
- Amas de casa en Crespo, Manga, Pie de la popa, Centro.
- Restaurante Café San Pedro.
- C.I. Océanos
- Ámbar S.A.
- Ajovert
- Propílco
- Dexton.

**8.4.6 Método de muestreo:** Se utilizará el método aleatorio simple.

## ANEXO A. PROPUESTA ECONÓMICA DEL SITIO WEB

### REGISTRO DEL DOMINIO

#### Características:

- Inclusión de su dominio en nuestros servidores de nombres de dominio
  
- Incluye una página con foto o logotipo personalizado que indica que el dominio se encuentra reservado.
  
- Redireccionamiento ilimitado de correo a una dirección específica. Podrá recibir correo electrónico direccionados a su propio dominio, tales como [ventas@suempresa.com](mailto:ventas@suempresa.com), [gerencia@suempresa.com](mailto:gerencia@suempresa.com) o [info@suempresa.com](mailto:info@suempresa.com) (en general cualquier dirección terminada en @suempresa.com). Esos mensajes serán enviados automáticamente a su verdadero buzón de correo electrónico, el que tiene con su proveedor de acceso a Internet.
  
- No se cobrará ningún valor mensual.

- El dominio puede registrarse a nivel internacional (.com. .net o .org). en cuyo caso, el valor de reserva y parqueo de dominio será de US \$25 mensuales.
  
- Los dominios registrados en Colombia (terminados en .com.co, .net.co, .org.co, .edu.co y en general dominios terminados en .co) serán registrados sin costo alguno por Posdata, incluyendo el servicio de parqueo de dominio. La universidad de los Andes cobrará directamente el valor del registro, este valor varía dinámicamente, actualmente \$150.000 por dos años.
  
- Cualquier dominio puede ser utilizado por clientes en todo el mundo, sin importar donde se registren.

# ESPECIFICACIONES Y COSTOS DE DISEÑO SITIOS WEB

	Precio por Volumen de Páginas a Diseñar		
	Hasta 10 Páginas	Más 10 Páginas	Más 20 Páginas
<b>Valor Diseño por Cada Página</b>	\$180.000	\$160.000	\$140.000
<p><b>Segundo Idioma.</b> Pagina igual a una realizada en un primer idioma. El cliente entrega el texto traducido. Incluye botones en segundo idioma.</p> <p>Adicionalmente, ofrecemos traducción a inglés, italiano, francés, alemán. Contactamos traductores para otros idiomas.</p>	80.000	70.000	60.000
<b>Forma de Pago</b>	50% anticipo abonados al momento de entregar la orden de servicio y el 50% restante al recibir a satisfacción el trabajo.		
<b>Consultoría</b>	Incluye hasta 5 horas de consultoría para el sitio, incluyendo mercadeo y diseño.		
<b>Texto</b>	El texto es suministrado por el cliente, preferiblemente en medio electrónico. Normalmente no hay recargo adicional por volumen de texto, pero páginas que exceso de texto pueden tener recargo adicional, especialmente si requieren mucho trabajo de formato.		
<b>Gráficos, Logotipo, Botones, Menú</b>	<p>Incluye lectura del logotipo de su compañía por medio de escáner, retoque digital al logotipo, líneas separadoras, botones gráficos, menú con mapa de imágenes y fondo si es requerido. El diseño gráfico del sitio es realizado conservando la imagen corporativa de su empresa. No se utilizan diseños prefabricados.</p> <p>El precio incluye animaciones básicas en Flash y realizamos animaciones avanzadas según propuesta adicional.</p>		

POSDATA LTDA

Calle 11 No. 1-150 Of. 201, Cartagena de Indias  
 Tel: (5) 665 8024 - Fax: (5) 665 4798  
 Correo Electrónico: posdata@posdata.net  
 Internet: www.posdata.net

	Hasta 10 Páginas	Más 10 Páginas	Más 20 Páginas
<b>Gráficos Especiales solicitados por el cliente</b>	Gráficos personalizados adicionales deben ser cotizados independientemente a esta oferta.		
<b>Fotografías e imágenes prediseñadas</b>	Las fotografías y gráficos existentes son suministrados por el cliente, recomendamos hasta 4 fotografías por página. Ofrecemos fotografías y gráficos prediseñados para que sean seleccionados por el cliente sin costo alguno. El precio básico de estos planes de diseño incluye el proceso de lectura por escáner de las fotografías (con retoque digital básico). Fotografías adicionales por página podrían causar mayores costos.		
<b>Sesión de Fotografías</b>	La fotografía con cámara digital se cotiza según requerimiento.		
<b>Enlaces Externos</b>	Las páginas pueden contener enlaces a sitios externos y a direcciones de correo electrónico de su empresa, sin incurrir en costo adicional.		
<b>Formularios</b>	Incluye programa que permite verificar los campos contestados y enviar un e-mail a su empresa con los datos recibidos.		
<b>Registro en motores de búsqueda</b>	Incluida inscripción en aproximadamente 15 motores de búsqueda. Ingresamos palabras claves en el diseño de las páginas para mejorar posicionamiento en los resultados.		
<b>Promoción en motores de búsqueda</b>	Ofrecemos promoción profesional de sitios en Internet, monitoreo continuo de posicionamiento y mejoramiento de éste. Requiere propuesta adicional.		
<b>Actualizaciones</b>	Se incluye correcciones menores de texto durante tres meses, no modificaciones en el diseño de la página o cambios totales en el contenido del texto. Puede tomar planes especiales de mantenimiento de páginas, de acuerdo a sus necesidades.		
<b>Adicional</b>	No se presenta en esta propuesta y debe ser solicitado separadamente, costos para opciones adicionales como utilización de Real Audio o Real Video, programas de compra, programación interactiva, Programación de bases de datos relacionales, uso de Servidor Seguro, Certificados de Seguridad, Programa Publicación Noticias, Sistemas de Pedidos, etc.		

## ANEXO B. ENCUESTA 1.

Aplicado a las amas de casa que requieren el servicio de fumigación o desratización y la adquisición de productos.

**Objetivo:** Identificar la aceptación de las amas de casa por la adquisición de los servicios y productos de Fumigaciones del Caribe por la red.

**Población Objetivo:** Amas de casa de los diferentes barrios de la ciudad de Cartagena.

1. ¿Tiene computador?

Si\_\_\_ No\_\_\_ (Si su respuesta es **no**, siga la pregunta N° 3)

2. ¿Tiene Internet?

Si\_\_\_ No\_\_\_

3. ¿Alguna vez a buscado información en Internet?

Si\_\_\_ No\_\_\_

4. ¿Le gusta consultar información por Internet?

Si \_\_\_ No \_\_\_

5. ¿Cómo califica el servicio prestado en Internet?

Excelente \_\_\_ Bueno \_\_\_ Regular \_\_\_ Malo \_\_\_

6. ¿Le gustaría adquirir servicios o productos por Internet?

Si \_\_\_ No \_\_\_ ¿Porque? \_\_\_\_\_

7. ¿Cómo calificaría la comercialización de los productos y servicios de fumigaciones del caribe por la red?

Excelente \_\_\_ Bueno \_\_\_ Regular \_\_\_ Malo \_\_\_

¿Porque?

\_\_\_\_\_

8. ¿Solicitaría la venta de los productos y servicios de fumigaciones del caribe por Internet?

Si \_\_\_ No \_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

**MUCHAS GRACIAS**

## ANEXO C. ENCUESTA 2.

Aplicado a las empresas, hoteles y restaurantes que requieren el servicio de fumigación o desratización y la adquisición de productos.

**Objetivo:** Identificar la aceptación de las empresas, hoteles y restaurantes por la adquisición de los servicios y productos de Fumigaciones del Caribe por la red.

**Población Objetivo:** empresas, hoteles y restaurantes de los diferentes sectores de la ciudad de Cartagena.

1. ¿Consultan información por Internet?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ (si su respuesta es **no** pasa a la pregunta N°5)

¿Por qué? \_\_\_\_\_

2. ¿Con que frecuencia?

Mucha \_\_\_\_ Algunas veces \_\_\_\_ Poco \_\_\_\_ Nada \_\_\_\_

3. ¿Cómo califica el servicio prestado por Internet?

Excelente \_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_ Regular \_\_\_\_ malo \_\_\_\_

4. ¿A adquirido productos o servicios por Internet?

Si \_\_\_\_ (si su respuesta es **si** siga a la pregunta N°6) No \_\_\_\_

5. ¿le gustaría adquirir productos y servicios por Internet?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_

6. ¿Cómo calificaría la comercialización de los productos y servicios de fumigaciones del caribe por la red?

Excelente \_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_ Regular \_\_\_\_ Malo \_\_\_\_

¿Porque? \_\_\_\_\_

7. ¿Solicitaría la venta de los productos y servicios de fumigaciones del caribe por Internet?

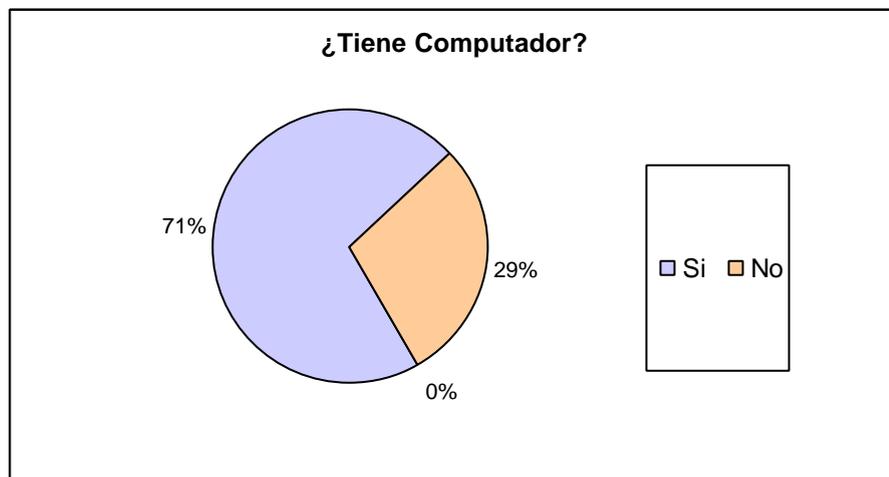
Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

**MUCHAS GRACIAS**

## ANEXO D. ANÁLISIS DE LOS DATOS RECLUIDOS DE LAS ENCUESTAS

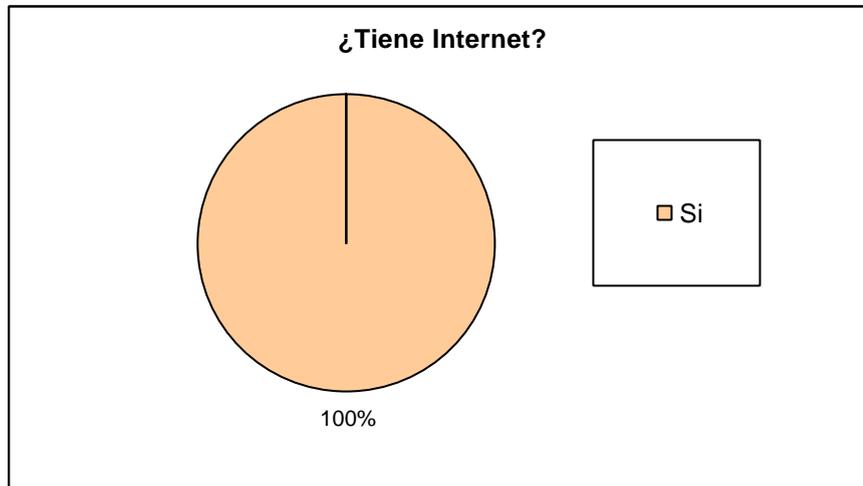
**ENCUESTA 1:** Aplicado a las amas de casa que requieren el servicio de fumigación o desratización y la adquisición de productos.

1. ¿Tiene computador? Si = 5 No = 2



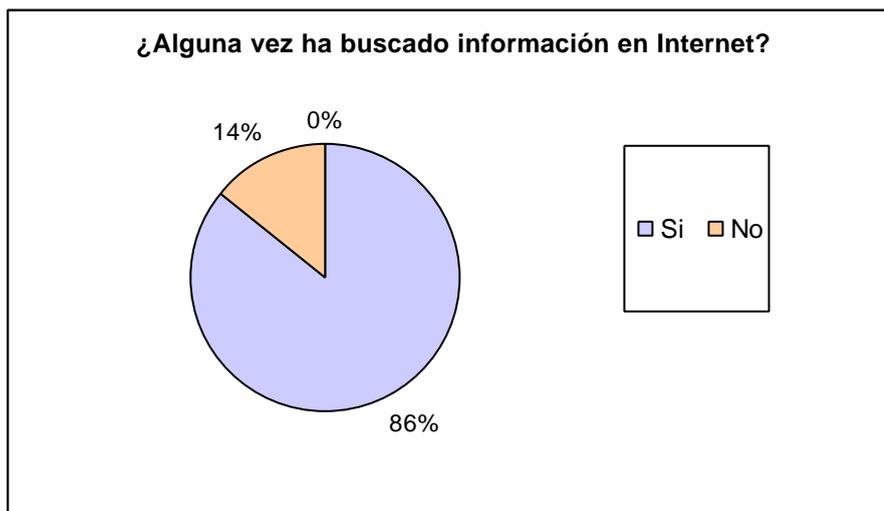
Un 71% de las amas de casa encuestadas tiene computador

2. ¿Tiene Internet? Si = 5



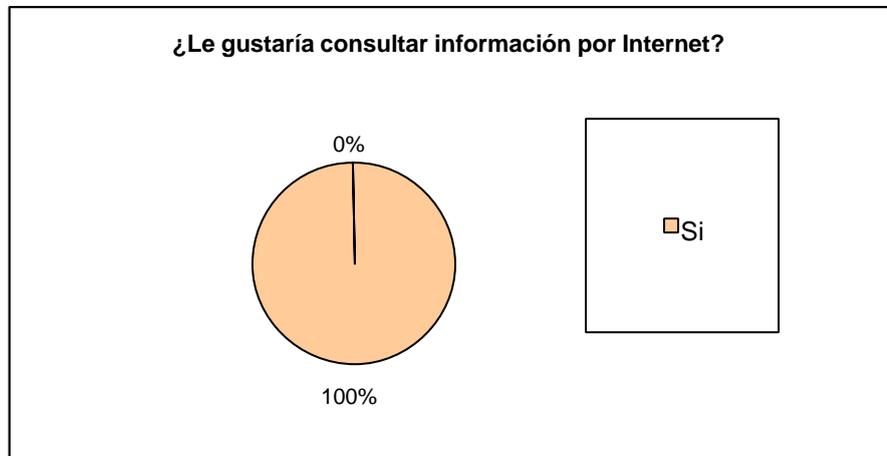
Un 100% de las amas de casa encuestadas que tienen computador, tienen Internet

3. ¿Alguna vez ha buscado información en Internet? Si = 6 No = 1



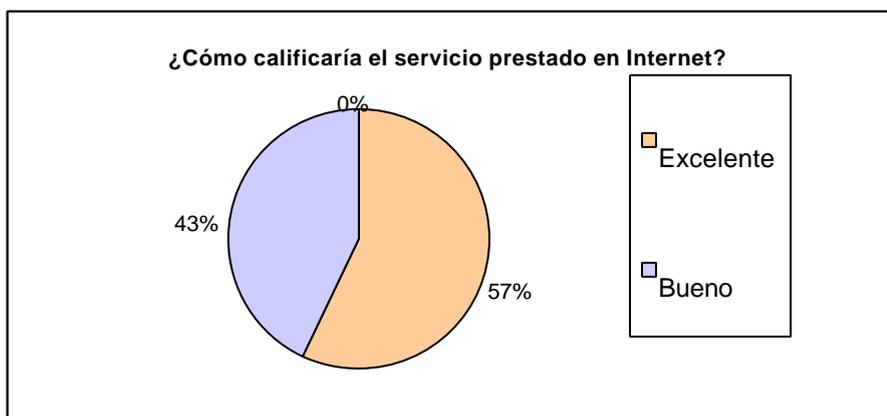
El 86% de las amas de casa encuestadas han buscado información en Internet.

4. ¿Le gustaría consultar información por Internet? Si = 7



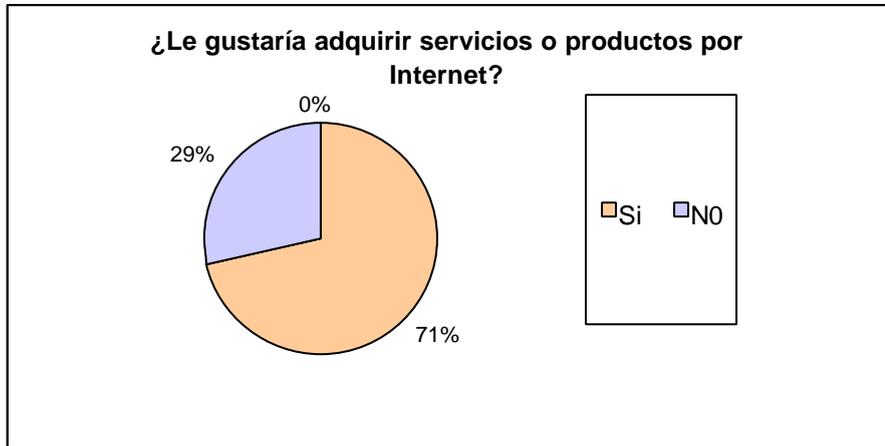
El 100% de las amas de casa encuestadas se encuentran interesadas en buscar información en Internet.

5. ¿Cómo califica el servicio prestado en Internet? Excelente = 4 Bueno = 3



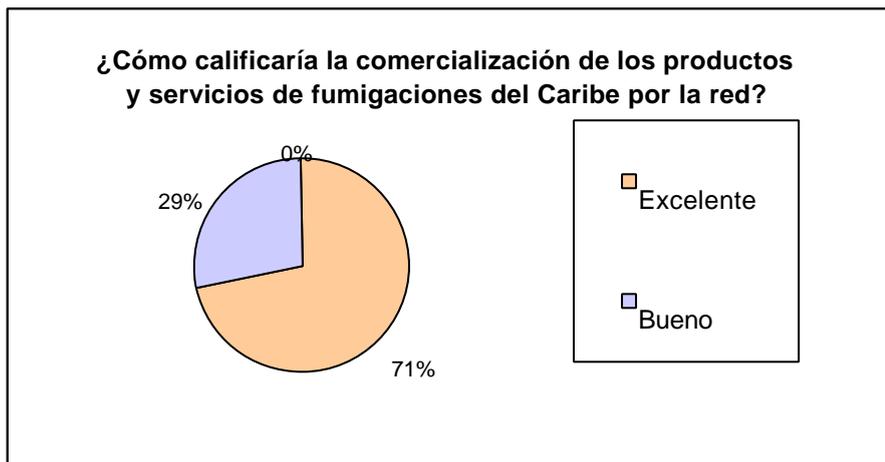
El 57% de las encuestadas afirman que el servicio prestado por Internet es excelente y el 43% afirma que es bueno.

6. ¿Le gustaría adquirir servicios o productos por Internet? Si = 5 No = 2



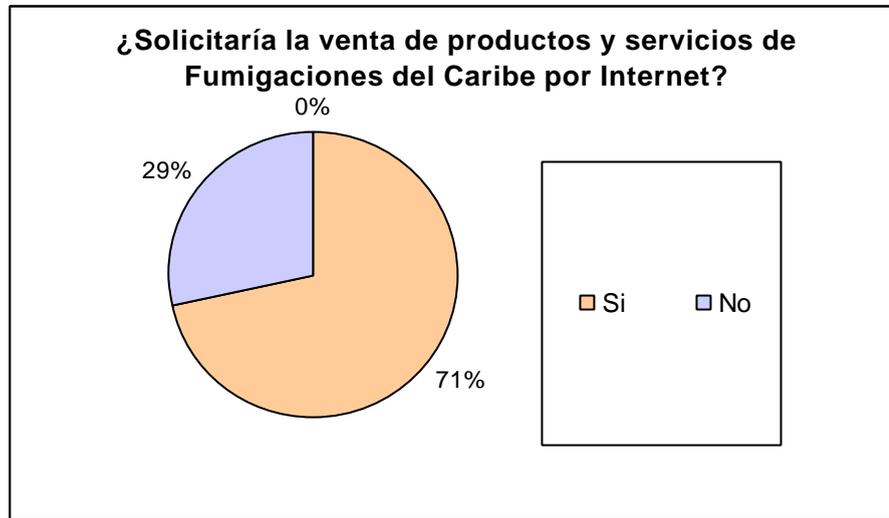
Un 71% de las amas de casa encuestadas les gustaría adquirir productos o servicios por Internet.

7. ¿Cómo calificaría la comercialización de los productos y servicios de Fumigaciones del Caribe por la red? Excelente = 5 Bueno = 2



Un 71% de la muestra esta de acuerdo con la comercialización de los productos y servicios de Fumigaciones del Caribe por la red.

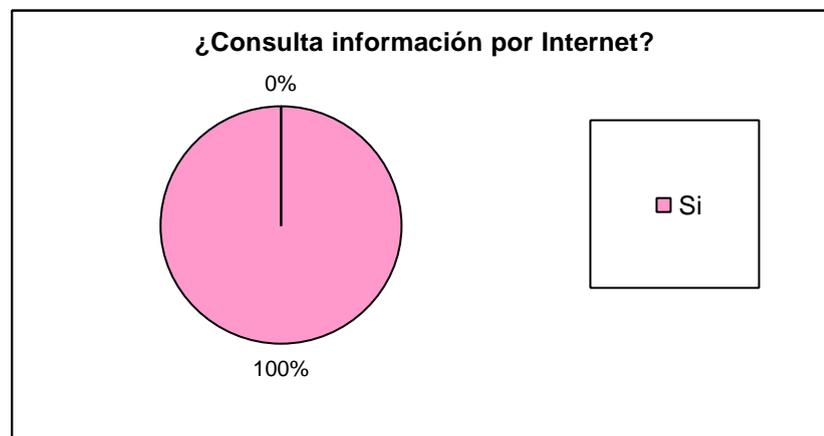
8. ¿Solicitaría la venta de los productos y servicios de Fumigaciones del Caribe por Internet? Si = 5 No = 2.



Un 71% de las amas de casa, están dispuestas a solicitar los productos y servicios de Fumigaciones del Caribe por la red.

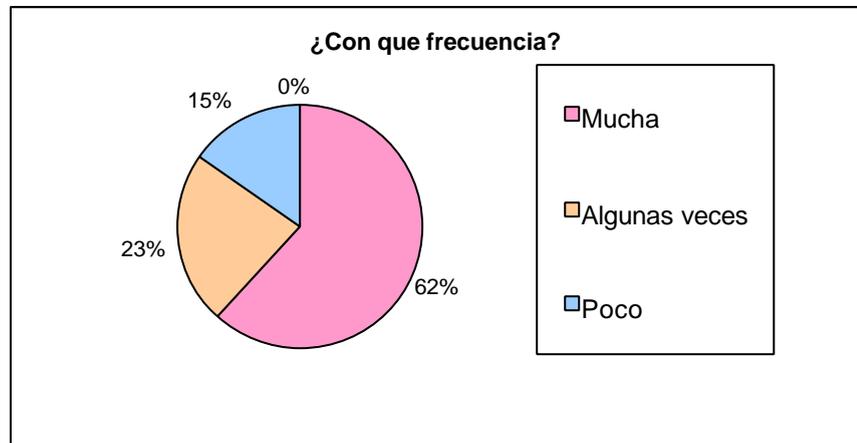
**ENCUESTA 2:** Aplicado a las empresas, hoteles y restaurantes que requieren el servicio de fumigación o desratización y la adquisición de productos.

1. ¿Consulta información por Internet? Si = 13



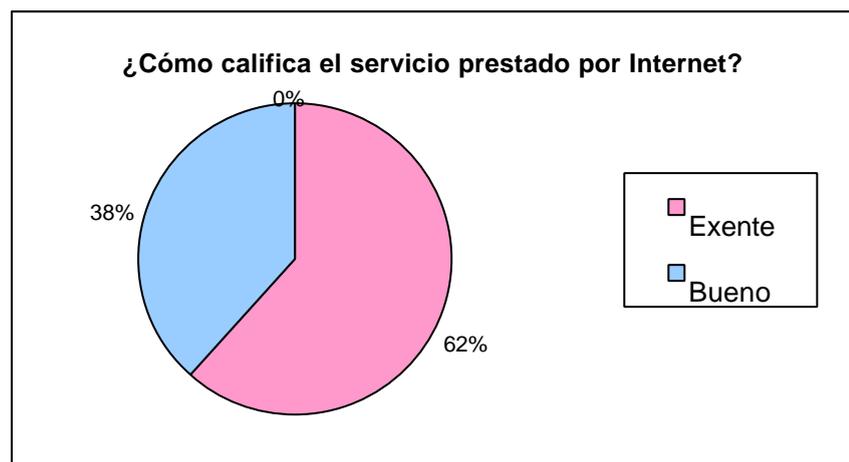
El 100% de los encuestados consulta información por Internet

2. ¿Con que frecuencia? Mucha = 8 Algunas veces = 3 Poco =2



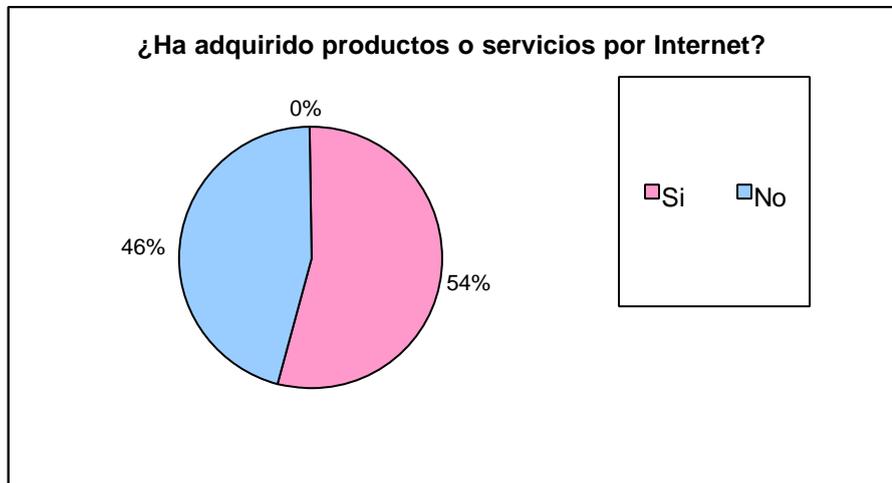
El 62% consulta con mucha frecuencia información por Internet, el 23% algunas veces y el 15% poco.

3. ¿Cómo califica el servicio prestado por Internet? Exente = 8 Bueno = 5



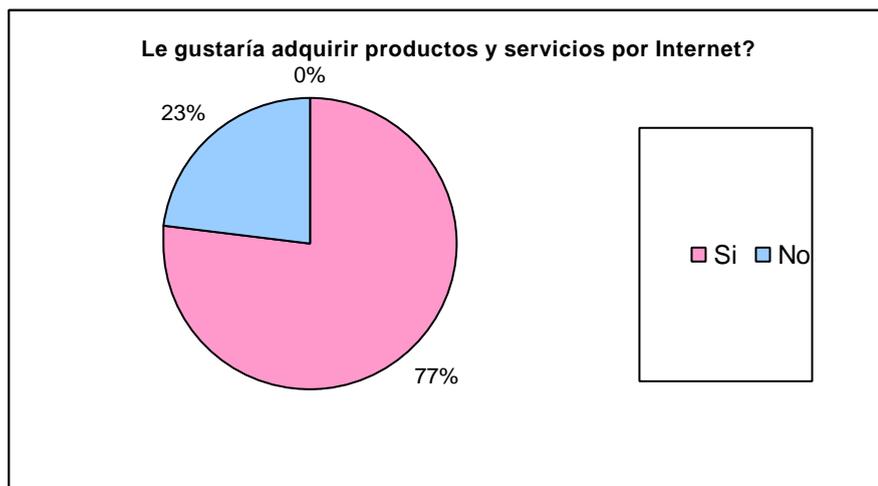
El 62% considera que el servicio prestado es excelente y el 38% considera que es bueno.

4. ¿Ha adquirido productos o servicios por Internet? Si = 7 No = 6



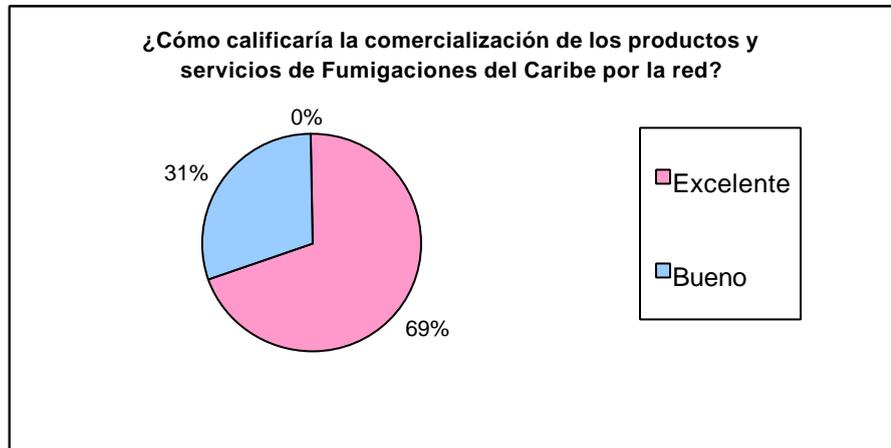
El 54% de los encuestados afirma haber adquirido productos por Internet y un 46% nunca ha realizado compras por Internet.

5. ¿Le gustaría adquirir productos y servicios por Internet? Si = 10 No = 3



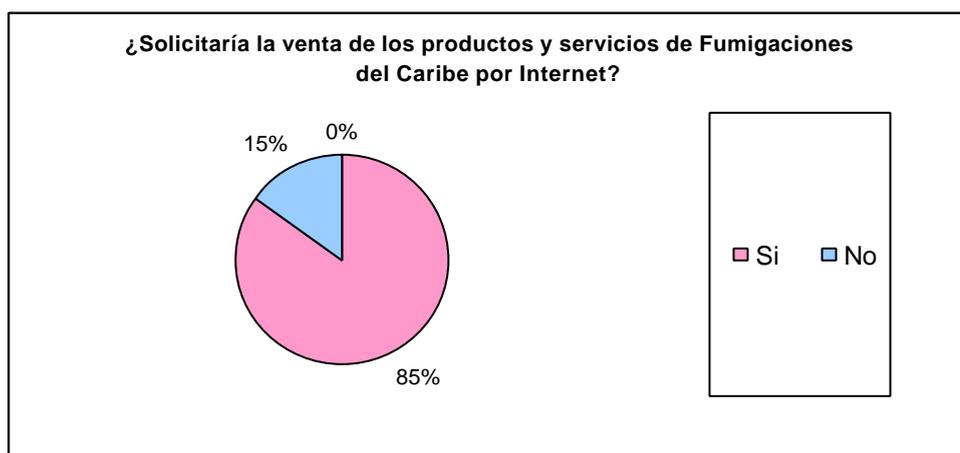
Un 77% sostiene que le gustaría adquirir productos y servicios por Internet y un 23% no le agradaría.

6. ¿Cómo calificaría la comercialización de los productos y servicios de Fumigaciones del Caribe por la red? Excelente = 9 Bueno = 4



El 69% de los encuestados considera que sería excelente la comercialización de los productos y servicios y un 31% lo considera bueno.

7. ¿Solicitaría la venta de los productos y servicios de Fumigaciones del Caribe por Internet? Si = 11 No = 2



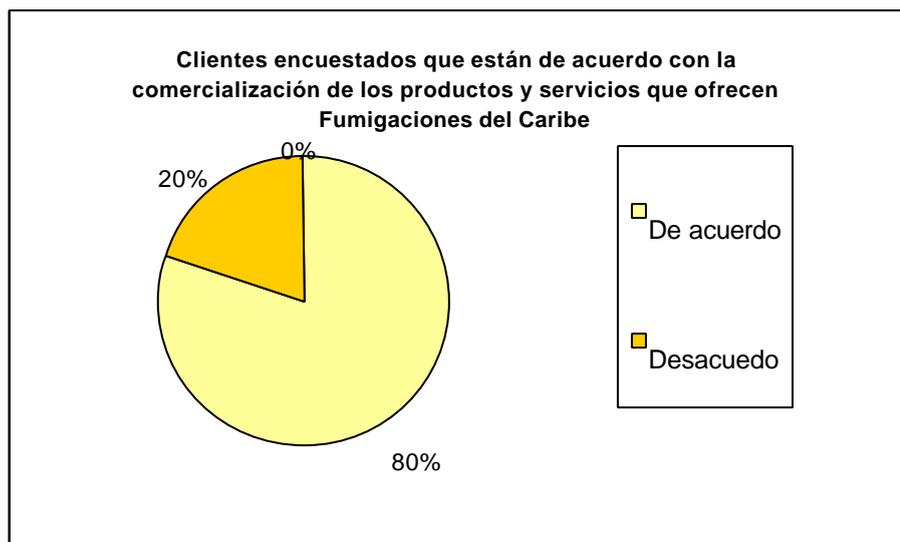
Un 85% de la muestra tomada, solicitaría los productos y servicios de Fumigaciones del Caribe por la red.

## ANEXO E. CONCLUSION DE LOS FORMULARIOS

Cientes encuestados que están de acuerdo con la comercialización de los productos y servicios que ofrece Fumigaciones del Caribe por la red.

De acuerdo = 16      Desacuerdo = 4

Resultado estadístico de las encuestas



De acuerdo a los formularios realizadas a la muestra tomada a los clientes actuales de Fumigaciones del Caribe (hoteles, restaurantes, empresas y amas de casa) observamos que un 80% esta de acuerdo en adquirir por la red los productos y servicios que ofrece, por tal razón de acuerdo al estudio realizado se concluye que es viable la implementación de la página Web.

**ANEXO F. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL DESARROLLO DE LA  
MONOGRAFIA**

ACTIVIDADES	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1. Recolección de la información	x	x	X																				
2. Pre-diseño de la página Web				X	X																		
3. Ajustes a la propuesta						X	X																
4. Análisis DOFA								X	X														
5. Desarrollo de las fuentes secundarias										X	X												
6. Desarrollo de las fuentes primarias												X											
7. Aplicación del formulario												x	X	x									
8. Estudio de los procesos de desarrollo																x	x						
9. Propuesta económica																	x	x					
10. Implementación del negocio por la red																	x	x	x				
11. Aplicación de las normas																				x	x		
12. Entrega final																							x

## **BIBLIOGRAFÍA**

LAMB – HAIR. Mcdaniel., 4 ed., MÉXICO, MARKETIN, 1998, INTERNATIONAL THOMSON ED., 700 pg

FUMIGACIONES DEL CARIBE, CARTAGENA, PROCESO DE PLANEACION ESTRATEGICA, , 2000, 30 pg

ANGEL REYES, Fernando. MARKETING VIRTUAL. CARTAGENA 9/07/2003. MINOR DE MERCADEO ESTRATÉGICO.

### **DIRECCIONES DE INTERNET:**

[www.google.com.co](http://www.google.com.co) MARKETING Y ESTRATEGIAS EN INTERNET

[www.altavista.com.co](http://www.altavista.com.co) LAS PÁGINA WEB INVADEN Y REVOLUCIONAN EL MERCADO DE LOS NEGOCIOS

[www.yahoo.com.co](http://www.yahoo.com.co) VENTAJAS DE TENER UNA PÁGINA WEB EN INTERNET

[www.alcaweb.net](http://www.alcaweb.net)