



FACULTAD DE COMUNICACIÓN

TÍTULO:

**ANÁLISIS DE TIPOS DE MODELOS DE NEGOCIOS
EN LÍNEA EN EL MERCADO DE COMERCIO
ELECTRÓNICO ECUATORIANO.**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE SE PRESENTA
COMO REQUISITO PARA EL TÍTULO DE
INGENIERO EN GESTIÓN DE MARKETING**

CHRISTELL LISSETTE ZEREGA GUERRA

JORGE TERÁN

NOVIEMBRE DE 2011

RECONOCIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por acompañarme en el camino de mi carrera y estudios, por hacer posible que este momento haya llegado; incluso en momentos cuando pensé que sería imposible, Él fue el que me dio la fortaleza y sabiduría de crecer y no dejarme vencer por nadie en el mundo.

Es emocionante mencionar que Él ha puesto en mi camino a personas inolvidables, que me apoyaron cuando perdí al ser más importante, mi padre, mi ángel que desde el cielo me acompaña y sé lo orgulloso que está de verme donde me encuentro actualmente y seguirá encargándose de ayudarme a llegar a mis metas.

A mi madre por no dejarme caer, por aconsejarme y no cansarse de inculcarme los más preciados valores, en especial esa presión de mantenerme en la lucha constante y no caer en el camino. Mi hermana, por que entre risas y consejos, se convierte en un ejemplo a seguir, ellas dos son mi gran familia en la tierra, inseparables con un valor infinito, inalcanzable.

Quiero tomarme un espacio muy especial para agradecer a mi gran amiga Carla Flores, a quien entre bromas la llamo mi tutora virtual, pues gracias a ella he obtenido gran información valiosa para mi trabajo de sustentación, además de un apoyo incondicional de aliento para conseguir valiosos resultados; gracias de corazón, pues no creo que tenga los recursos suficientes para agradecerlo infinitamente.

Quisiera mencionar a cada y una de las personas que me han aportado al trabajo de titulación, pero ellos saben quienes son, y creo hacer presente mis agradecimientos brindando mi presencia en cada escenario de la vida que lo requieran. Mis compañeros de seminario, recorrimos un camino muy importante junto y logramos una gran amistad, un abrazo especial a José Luis Merizalde y Andrea León, pues pasamos noches en vela y varios mensajes de desesperación, pero lo logramos, y seguiremos creciendo. Mi trabajo, Johnson & Johnson, no ha sido fácil compartir el tiempo entre estas dos grandes responsabilidades, pero aún así agradezco la confianza que han depositado en mí y el apoyo constante a mi formación y por ellos que no solo son mis jefes o compañeros, son mis amigos del día a día, con un gran espacio en mi corazón.

Muchas gracias a mi tutor, Jorge Terán, por compartir las tutorías conmigo de una forma interactiva, incluso cuando los dos veníamos de nuestros trabajos y días enteros de cansancio. A la UEES, quisiera darles a conocer mi agradecimiento por hacer presente el gran tesoro de la educación, que fue siempre el sueño y el regalo más grande que me deja mi padre que está en el cielo.

Finalmente, gracias a todos por formar parte de un camino que me hace grande cada día. Prometo no descansar y jamás decepcionarlos.

INDICE DEL CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
I.CAPITULO 1	
1.1 Objetivos Generales.....	3
1.2 Objetivos Específicos.....	4
1.3 Situación práctica que se propone mejorar.....	4
1.4 Modelos de negocios.....	10
1.5 Justificación.....	10
II. CAPITULO 2	
2.1 Antecedentes.....	23
2.2 Fundamentación Teórica.....	24
2.3 Ranking de Negocios – Alexa.....	26
2.4 Variables Culturales.....	31
III. CAPITULO 3	
3.1 Propuesta de mejoramiento de la situación.....	38
IV. CAPITULO 4	
4.1 Viabilidad de la propuesta.....	50
V. CAPITULO 5	
Conclusiones.....	51

VI. CAPITULO 6	
Recomendaciones.....	52
ANEXOS.....	53
BIBLIOGRAFÍA.....	65

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico A - Acceso a internet en el hogar.....	5
Gráfico B -Transacciones en línea.....	6
Gráfico C - Preferencias de compra.....	6
Gráfico D - Clasificación de comercios afiliados.....	7
Gráfico E - Porcentaje de empresas privadas con sitios webs.....	19
Gráfico F - Gráfico matriz BCG.....	20
Gráfico G – Casillas PacificardBox.....	25

INDICE DE TABLAS

TABLA A – Variables Culturales Hofstede.....	34
--	----

RESUMEN

Al momento de desarrollar el trabajo de titulación, se utiliza como metodología principal la Investigación formal, recopilando datos primarios de diferentes fuentes nacionales e internacionales.

Además se anexan entrevistas a profundidad con expertos del medio que forman parte del comercio Electrónico actualmente. La entrevista principal se realiza al Presidente de la Cámara de Comercio de Guayaquil, promotor de E Commerce Day o E Day 2011 en el Ecuador. Varios de los datos recopilados provienen de las fuentes del evento organizado en Junio del presente año.

El trabajo de investigación se inicia con el análisis de variables de disponibilidad, que evidencian el acceso a internet, y comportamiento de los actuales y posibles consumidores o participantes del mercado del Comercio Electrónico ecuatoriano. Luego se identifican las variables culturales expuestas por el sociólogo Geert Hofstede. Luego de identificar las dos tipos de variables se ofrece un análisis de la influencia de las variables culturales en el desarrollo del mercado, mas un comparativo con otros países, considerando los porcentajes oficiales de la tabla de Hofstede a nivel mundial.

Finalmente se ofrece un grupo de matrices de Boston Consulting Group, que inician con las unidades básicas de modelos de negocios y se reducen a ejemplos de negocios ya existentes en el mercado, ofreciendo como “producto final” una guía que podrá ser utilizada al momento de identificar los modelos de negocios que ofrecen oportunidades en el mercado del Comercio Electrónico Ecuatoriano, nos estaremos enfocando no solo

Dicha guía podría ser utilizada como un referente en el futuro, y punto de partida para un estudio estadístico de cada uno de los negocios en mención.