

PORTADA
NACIONAL
ECONOMÍA/EMPRESA
MUNDO
AGRO
DEPORTES
BRASIL 2014
ESPECTÁCULOS
ESTILO
TECNOLOGÍA
SALUD
OPINIÓN
VIDEOS
INTERACTIVOS
ESPECIALES
SEISGRADOS
REMATES
PUBLICACIONES
BLOGS
OAPPS
Añadir un tag...

Feedback

SIGNO DEL MES
Capricornio
Necesitara una cuota extra de paciencia en el plano laboral. La posibilidad de equivocarse aumenta si se deja llevar por decisiones impulsivas. Meditar, no apresurarse, calcular los riesgos, serán pautas que le ayudarán a revertirlo. Lo bueno: el apoyo de amigos, compañeros laborales y familia que le contiene emocionalmente.
+ AMPLIAR

SERVICIOS
VERSIONES MÓVILES
CARTAS DE LECTORES
EL TIEMPO
FÚNEBRES
RESTAURANTES
HORÓSCOPO

SEGUINOS EN:
f t in YouTube
p +1 992
Nuestros canales en Twitter
O D G CROMO
Suscríbese a nuestro RSS

ECONOMÍA/EMPRESAS - EMPRENDEDORES

Wupiti!: una aplicación para ganar promociones y regalos al comprar

El 26 de diciembre se lanzó la aplicación que permite a los usuarios compartir a través de las redes sociales su experiencia en un local comercial y ganar de inmediato una promoción para consumir en el momento

+ Cecilia Amorín @cesamorin - 05.01.2014, 05:00 hs Texto: -A / +



Esteban Siniscalco y Martín Gorlero

Aunque nunca estuvieron vinculados al mundo de Facebook y tampoco al de la publicidad, a Martín Gorlero (33) y a Esteban Siniscalco (35) le generaban curiosidad los medios que las empresas utilizaban para realizar promociones a través de la red social, que están basados fundamentalmente en la función “Me gusta”.

La curiosidad devino en el convencimiento de que podía existir una mejor forma de aprovechar Facebook para hacer publicidad, hasta que arribaron a la idea de Wupiti! (www.wupiti.com), una aplicación de usabilidad exclusiva para teléfonos, que está pensada para que sea el usuario el que le hace publicidad a una marca o local a cambio de ganarse un beneficio. “El motor detrás de Wupiti! es que el usuario siempre tenga un premio de parte del local por su fidelidad”, amplió Siniscalco.

La herramienta, que por el momento solo está disponible para iPhone, pero que en las próximas semanas lo estará para Android, se maneja con la misma lógica que todas las redes sociales: el usuario le cuenta a sus amigos qué está haciendo, en este caso en qué local se encuentra, y por compartir esa información el local lo premia.

Los beneficios son variados, hay locales con 10% o 15% de descuento hasta otros que regalan promociones de tres por dos en cerveza o tragos y postres.

Una red virtuosa

Los socios renunciaron a sus respectivos trabajos en diciembre de 2012 para abocarse a su proyecto. Siniscalco era gerente de operaciones para una empresa estadounidense radicada en Zonamerica y Gorlero era programador de una empresa argentina que estaba desarrollando aplicaciones en Bolivia, donde él estaba afinado.

En los comienzos probaron el concepto con amigos, conocidos y dueños de distintos locales, obteniendo muy buenas respuestas.

Gorlero comenzó a programar, mientras Siniscalco comenzó a buscar apoyo de distintos locales para obtener feedback del producto. “Cuando uno emprende tiene la idea, ve que está buena y piensa en ir para adelante, pero puede que se esté perdiendo una parte de la foto. Por eso está bueno tener una visión exterior”, señaló.

Según evaluó Siniscalco el aporte de los dueños de los locales fue muy bueno, ya que le permitió a Wupiti! mutar y adoptar varias de las ideas aportadas.

Otro apoyo fundamental fue el que recibieron de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII). Postularon para el programa Jóvenes Emprendedores y fueron subsidiados a mediados de octubre pasado con US\$ 25.000. “Fue muy bueno no solo por el apoyo económico sino por todo lo que significa contar con el respaldo de ANII”, comentó.

Previamente tuvieron que presentarse a una institución patrocinadora y como Gorlero fue alumno de la Universidad ORT, se presentaron al Centro de Innovación y Emprendimientos (CIE) de esa institución. “Fue también una validación del modelo, pero además tuvimos acceso a un mentor, el CEO de Infocorp, Martín Noar, que tiene una visión espectacular y que nos permitió mejorar muchas cosas”, manifestó.

Noar les recomendó presentarse al Summit de la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (CUTI), un evento que busca unir a emprendedores tecnológicos con inversores de la región. “Conocimos a muchos emprendedores que están atravesando el mismo camino que nosotros y también nos sirvió para conocer a un grupo de inversores que están interesados en inyectar capital en Wupiti!. Si bien aún no se ha puesto la firma, estamos manejando la entrada de un inversor al proyecto”, apuntó Siniscalco.

Acercando al oferente

Los socios subrayaron que la fecha del lanzamiento de Wupiti! -el 26 de diciembre-, fue un momento complicado para salir al mercado, porque en Montevideo los propietarios de los locales estaban preocupados por el fin del año. Aún así, consiguieron adherir unos 25 locales. “Muchos estaban interesados pero nos pidieron una reunión para después del 15 o 20 de enero”, manifestó.

Al momento Siniscalco está apuntando su trabajo hacia el este uruguayo. En Rocha ya llevan adheridos cinco locales y en Punta del Este sumaron dos.

Un paso menos hacia el futuro

Al entrar a Wupiti!, el usuario tiene una lista de los locales adheridos con su respectivo beneficio. Para utilizarlo el usuario debe seleccionar un beneficio, la aplicación dará la información del local y luego se debe seleccionar el botón “Lo quiero”.

Inmediatamente la aplicación le pedirá al usuario que tome una fotografía y que ingrese un comentario para publicarlo en Facebook.

Al darle “publicar”, el mismo teléfono devuelve un cupón para mostrarle directamente desde la pantalla a quién lo esté atendiendo para aplicar de inmediato la promoción.

La forma que encontraron los socios para monetizar el proyecto es cobrando un costo fijo al comercio por cada venta que Wupiti! les acerca.

El próximo paso del equipo es fortalecer la aplicación generando usuarios y comercios en Uruguay para testear que el concepto funciona. Una vez que consideren que Wupiti! puede replicarse en otro lugar, tienen como objetivo pegar el salto a la región.

COMPARTE ESTA NOTICIA
Recomendar 101 Envíala por email
Twitter 13 Imprimela
+1 0 Más Opciones

NOTICIAS RELACIONADAS
Universidad ORT celebró los resultados de su Preincubadora
Una fusión de marketing y diseño
Espacio compartido

Resultados relacionados by Kalooga

 Wupiti!: una aplicación para ganar promociones y regalos al comprar	 ¿Cómo evitar que tus hijos gasten en iTunes?	 Trucos para Google Now
---	--	----------------------------

Twitter 13 Recomendar 101 +1 0