

# Me quiero ir.com

## El negocio de los que se van y los que se quedan



### Éxito: información y planificación

Razones como la inseguridad, la mejora del estatus o simplemente buscar otras oportunidades de estudio y trabajo fuera del país han hecho que muchos venezolanos decidan irse al exterior. Más allá del dinero con el que se cuente o la lista de títulos universitarios que se posean, lo importante es determinar el país que se adapta al individuo profesional y personalmente. Así mismo, el éxito de emigrar también radica en salir del país con todas las variables controladas. Estos dos factores se nutren de la herramienta más útil: la información y la planificación previa a su partida.

Pero, ¿qué fuentes fidedignas existían para obtener dicha información?, la respuesta a esta interrogante fue la oportunidad de mercado que encontraron Michele Carezis, gerente de mercadeo, y Esther Bermúdez, gerente de proyecto, para planificar y poner en la red a [www.mequieroir.com](http://www.mequieroir.com), definido por Bermúdez como "un portal informativo sobre oportunidades en el exterior para jóvenes emprendedores, aunque hemos llegado a usuarios de hasta 72 años que buscan chances fuera del país."

El portal Mequieroir.com es un negocio de ahorro y tiempo y una gran dosis de asertividad para los que se van, así como una herramienta de mercadeo para los que se quedan.

### El negocio de los que se van...

Según datos publicados en el portal, las cifras extraoficiales de venezolanos que se han ido a vivir al extranjero ascienden a 150 mil en los últimos 18 meses, mientras que el censo estadounidense del año 2000 registra oficialmente más de 91 mil venezolanos. "Las tendencias indican que el venezolano a la hora de irse al extranjero prefiere la vía legal, no tenemos casos de ilegalidad tan altos como en el resto de otros países", comentaron Carezis y Bermúdez.

Luego de un arduo levantamiento de información de un año y medio, la página salió al mercado hace cuatro meses, en principio conteniendo información sobre Estados Unidos, Canadá y Australia (receptores de inmigrantes por excelencia), y más recientemente España. "Tenemos casi 800 páginas de contenido", señaló Bermúdez.

### El negocio de los que se quedan

"Sólo ofrecemos contenido, los anunciantes aportan los servicios. Pero hemos sido cuidadosos en tener clientes que verdaderamente sirven a nuestro usuario; no nos interesan cuñas de pintura o de champú. Además, tienen que adaptar su campaña al contenido de la página, por ejemplo, un anunciante de zapatos con una idea como 'Llévate tus botas de invierno' o 'Pisa venezolano'. El caso de Polar ha sido el concepto del comercio internacional, porque a muchos venezolanos en el extranjero extrañan la Harina PAN y la frita", argumentó Carezis.

El anunciante más simple, una persona no jurídica, tiene cabida dentro de la página, con presencia de un año en la sección de información imprescindible, a un costo de cien dólares aproximadamente, y para per-

sona jurídica cerca de \$200.

"Los cuatro modelos de banner que se encuentran en la página son recomendados por el Internet Advertising Bureau, siendo la compra mínima 20 mil impresiones. Los costos están adaptados a un portal vertical, porque nuestro público es específico", explicaron Bermúdez y Carezis.

Otra modalidad que han aplicado para la comercialización de la página - que para el usuario es sin costo alguno- es la pre-venta, que incluye la presencia en los sectores premium, es decir, las horas y las secciones más visitadas. Asimismo, el anunciante puede comprar las palabras claves en el motor de búsqueda, o tener presencia en los correos que cada quince días mequieroir.com envía a sus usuarios registrados, que ya superan las nueve mil personas hasta la fecha.

En tres meses la cartera de clientes está compuesta por Pack Mail, la firma de abogados Aveledo, Udaneta & Asociados, Empresas Polar, The English Teacher, Lingua Terra, Docu Express, Comunicaciones Bilingües, un gestor, un corredor de seguros, un traductor, un abogado para la inmigración y un gestor en Estados Unidos. Tienen intercambios publicitarios con Estoypellando.com y Tutoipia.com.

Carezis respalda la popularidad de la página al explicar que han llegado a 29 mil visitas al día, con un promedio de siete páginas vistas, entre nueve y diez minutos de conexión, "como el promedio de tiempo que transcurre desde que se comienza a tramitar el viaje y la salida es de ocho meses, los usuarios estarán consultando continuamente la página".

Los planes más inmediatos establecen anexar información sobre Italia y Reino Unido, "y los países posibles a incluir son Alemania, Portugal Japón y Costa Rica", concluyó Bermúdez.