

CAPITULO IV

PROPUESTA DE UN MODELO DE PUBLICIDAD A TRAVÉS DE INTERNET PARA CONTRIBUIR A LA COMERCIALIZACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE LAS ARTESANIAS DE BARRO, MIMBRE Y DE MADERA ELABORADAS EN EL SALVADOR, ESPECIFICAMENTE EN LAS CIUDADES DE LA PALMA, ILOBASCO Y NAHUIZALCO.

1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio contiene los elementos y la metodología necesaria para el desarrollo y ejecución de un modelo de publicidad a través de Internet. Con el fin de brindarle un apoyo mercadológico al sub-sector artesanal de las ciudades de La Palma, Ilobasco y Nahuizalco; y para que puedan utilizar un medio de publicidad que les permita dar a conocer sus productos a nivel mundial y les permita ampliar su mercado.

Se presentan además los recursos necesarios para su ejecución que incluye: Los recursos técnicos, físicos, humanos y financieros; se describen algunos conceptos que se consideran básicos para una mejor comprensión del presente modelo. Asimismo, que se describen las instituciones que ofrecen los servicios de instalación de la red.

Se presentan también, algunos lineamientos operativos para una adecuada ejecución del modelo, como es el caso del tipo de información que puedan destacar en la hoja Web para hacerla más atractiva (La animación de la página Web, mantenimiento a través de cambios constantes de la información y monitoreo), se recomienda además realizar continuamente una evaluación sobre resultados obtenidos para comprobar su efectividad.

Todo lo antes descrito, con el propósito que los artesanos de las ciudades en mención puedan ponerlo en práctica en un futuro cercano, ya sea en forma individual o grupal, lo cual dependerá del deseo de implantarlo y los recursos económicos de que dispongan.

2. OBJETIVOS DEL MODELO

2.1 OBJETIVO GENERAL

Poner en manos de los artesanos una guía para hacer uso de la red de Internet, como una herramienta de publicidad que a través de una página Web, puedan destacarse todas aquellas ventajas que tienen las artesanías salvadoreñas, con el fin de lograr ingresar a nuevos mercados, aumentar sus volúmenes de ventas y sus utilidades.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Proporcionar a los artesanos una herramienta publicitaria novedosa que les permita hacer ventas directas a nivel mundial.
- b) Impulsar al subsector artesanal a que se integren como grupos o sociedades formando alianzas estratégicas, que les permita tener la suficiente capacidad económica para enfrentarse a los retos de la globalización, utilizando un medio de publicidad tan avanzado como lo es Internet.
- c) Contribuir a mejorar la imagen de El Salvador como un país laborioso.
- d) Contribuir a la ampliación de los mercados de las artesanías salvadoreñas.

3. IMPORTANCIA

Por los fenómenos que se dan en la actualidad en torno al comercio mundial, las empresas de cualquier tipo se están viendo en la necesidad de adquirir nuevos métodos publicitarios y canales de distribución que les permita llegar a un número mayor de clientes.

Los avances tecnológicos están poniendo en manos del hombre, técnicas y oportunidades que le faciliten el quehacer diario, ya sea a nivel personal como empresarial. En este momento el mundo entero goza de los beneficios de la más grande red de comunicación conocida como Internet, la cual permite tener acceso a la más completa, variada y actualizada información en el momento que se desee transmitir y recibir mensajes y lo más importante para cualquier empresario o comerciante es que sirve como un medio de publicidad por el que miles de personas pueden adquirir información sobre los productos y servicios que se anuncien en la red, convirtiéndolos en futuros clientes.

Poco a poco los sectores económicos salvadoreños están implementando este novedoso sistema, y el subsector artesanal es uno de los que se espera pueda integrarse para lograr penetrar en nuevos mercados, acrecentar sus ventas, aumentar su producción dando más oportunidades de empleo tanto en el área rural como metropolitana de El Salvador; al exportar las artesanías generan una significativa entrada de divisas al país que contribuirán un poco más en su desarrollo.

Este modelo pretende dar un aporte a los artesanos con el propósito de que logren realizar ventas en cualquier lugar de El Salvador y del mundo. Servirá como un empuje

más para mejorar su variedad y por consiguiente la calidad de sus productos con el afán de satisfacer las exigencias del mercado.

4. VENTAJAS DEL INTERNET

Internet es la red de computadoras más grande del mundo, que le permite enviar y recibir mensajes a través del correo electrónico, le sirve para intercambiar ideas y opiniones con personas que comparten intereses en común a través del Newsgroups (grupos de noticias) y quizá lo más importante, que sirve como un medio de publicidad personal o empresarial que le permite ofrecer sus productos o servicios al mayor número de clientes potenciales, por medio de una página Web.

Entre las oportunidades publicitarias que le ofrece este novedoso sistema de red, se describen las siguientes:

- i. Ante todo las compañías conectadas a Internet puede establecer un enlace directo con los clientes (o con otras personas con quienes mantenga relaciones importantes), para realizar más fácilmente sus transacciones o divulgar información comercial.
- ii. En segundo lugar, la tecnología permite que las compañías eviten a terceros en la cadena de valor. Es decir que para llegar al cliente no necesitan contar con distribuidores y minoristas sino que pueden hacerlo directamente sin usar intermediarios.
- iii. En tercer lugar, las empresas pueden valerse de Internet para desarrollar y proveer nuevos productos y servicios para nuevos clientes.

- iv. Por último, una empresa podría utilizar el Internet para convertirse en el actor dominante en el canal electrónico de una industria o segmento específico.

Por ser un sistema nuevo es claro que existen dudas sobre su efectividad, existiendo a la fecha muchas empresas que aún están considerando utilizarlo; pero estos empresarios saben que deben tomar una decisión rápida porque al no hacerlo puede que su competencia ya lo haya hecho y les esté ganando mercado, es decir que llevan ventaja porque están llegando primero a los clientes buscando los mejores métodos por Internet para satisfacerlos en su totalidad, presentándoles la variedad de productos, precios, catálogos y otros beneficios. Es de considerar que en un futuro cercano sean los mismos clientes y competidores quienes obliguen a estas empresas a entrar en la red.

Claro que antes de tomar la decisión de utilizar la red como un medio novedoso de publicidad deben tomarse en cuenta varios aspectos que a continuación se describen para lograr los resultados esperados.

- Contar con los recursos suficientes para implementar este sistema en su negocio o empresa (sino cuentan con los recursos asociarse con otros negocios similares al suyo para poder implantarlo; para el caso un grupo de artesanos).
- Contar con una variada producción de artículos para satisfacer la demanda del mercado.
- Destacar la información que más podría interesarle a los clientes, para llamar con facilidad su atención.

5. RECURSOS NECESARIOS PARA LA APLICACIÓN DEL MODELO

A continuación se describen los medios que se consideran necesarios para la implantación del presente modelo, con el propósito de facilitarle a los artesanos el uso de los diferentes recursos humanos, técnicos, físicos y financieros que se requerirán para el desarrollo y éxito del mismo.

Para poder implementar este modelo se debe disponer de los recursos mencionados porque todos se complementan entre sí. Es decir, que con uno de estos que falte no se puede implementar.

5.1 RECURSOS TÉCNICOS

Este tipo de recursos es uno de los más importantes y necesarios que se requieren para la aplicación de este modelo, pues sin éstos se puede decir que es imposible la implantación. A continuación se describe el equipo mínimo que se requiere.

- Procesador, Pentium 133 MHZ
- Disco duro 1.2 GB (1200 Mb)
- Memoria 40 MB RAM
- Fax modem de 56,000 bps
- Software Windows 95
- Línea telefónica directa
- Monitor SVGA 14"
- Servidor (La empresa que instale el servicio).

Además de adquirir los muebles adecuados para su instalación como son: un escritorio y una silla, para la comodidad del usuario.

5.2 RECURSOS FINANCIEROS ESTIMADOS

PRESUPUESTOS

a) Presupuesto de Inversión

RUBRO	COSTO UNITARIO ₡	COSTO TOTAL
* Equipo (con instalación incluida)	15,000.00	₡ 15,800.00
* Elaboración y diseño hoja Web (por hoja)	800.00	
TOTAL	<u>15,800.00</u>	

b) Presupuesto de Operaciones

RUBRO	COSTO UNITARIO ₡	
* Energía eléctrica (mes)	200.00	₡ 3,520.00
* Teléfono (mes)	300.00	
* Registro directorio virtual (al año)	500.00	
* Correo Electrónico (mes)	200.00	
* Registro en motores de búsqueda (1 año)	620.00	
* Mobiliario (1 año)	1,200.00	
* Papelería (mes)	500.00	
TOTAL	<u>3,520.00</u>	

c) Presupuesto de Mantenimiento

RUBRO	COSTO UNITARIO ₡	
* Mantenimiento del equipo (mes)	300.00	₡ 2,300.00
* Actualización de hoja Web (mensual, bimensual, o cuando Se requiera)	<u>2,000.00</u>	
TOTAL	<u>2,300.00</u>	
TOTAL GENERAL		<u>₡ 21,620.00</u>

Fuente: Cotización de precios hechos o diversos proveedores como: Kismet, Arinter, Salnet, Quick.

Nota: Detalle de gastos aproximados para la puesta en marcha del presente modelo.

5.3 RECURSOS HUMANOS

Uno de los puntos importantes a considerar para el buen funcionamiento del presente modelo, es la capacitación del Recurso Humano que será responsable de manejar este tipo de información a través del equipo instalado.

Para ello se sugiere que al menos una persona reciba capacitación respecto al manejo del equipo y uso de la red Internet y el correo electrónico, para que reciba y envíe información de los clientes. Esta misma persona puede a su vez enseñar posteriormente a otros para que poco a poco todos manejen dicha información.

Se sugiere, que la persona destinada para esta tarea sea una persona con un nivel académico medio, que posea ciertas aptitudes y habilidades que le permitan captar rápido cualquier tipo de inducción y a la vez que sepa transmitirla. (No se incluyen gastos de personal porque se supone que será un artesano quien desarrolle dicha función).

Perfil requerido:

- Persona mayor de edad
- Ordenado
- Responsable
- Curioso
- Capaz de enseñar a otros
- Con conocimientos generales de Hardware
- Con conocimientos de Internet

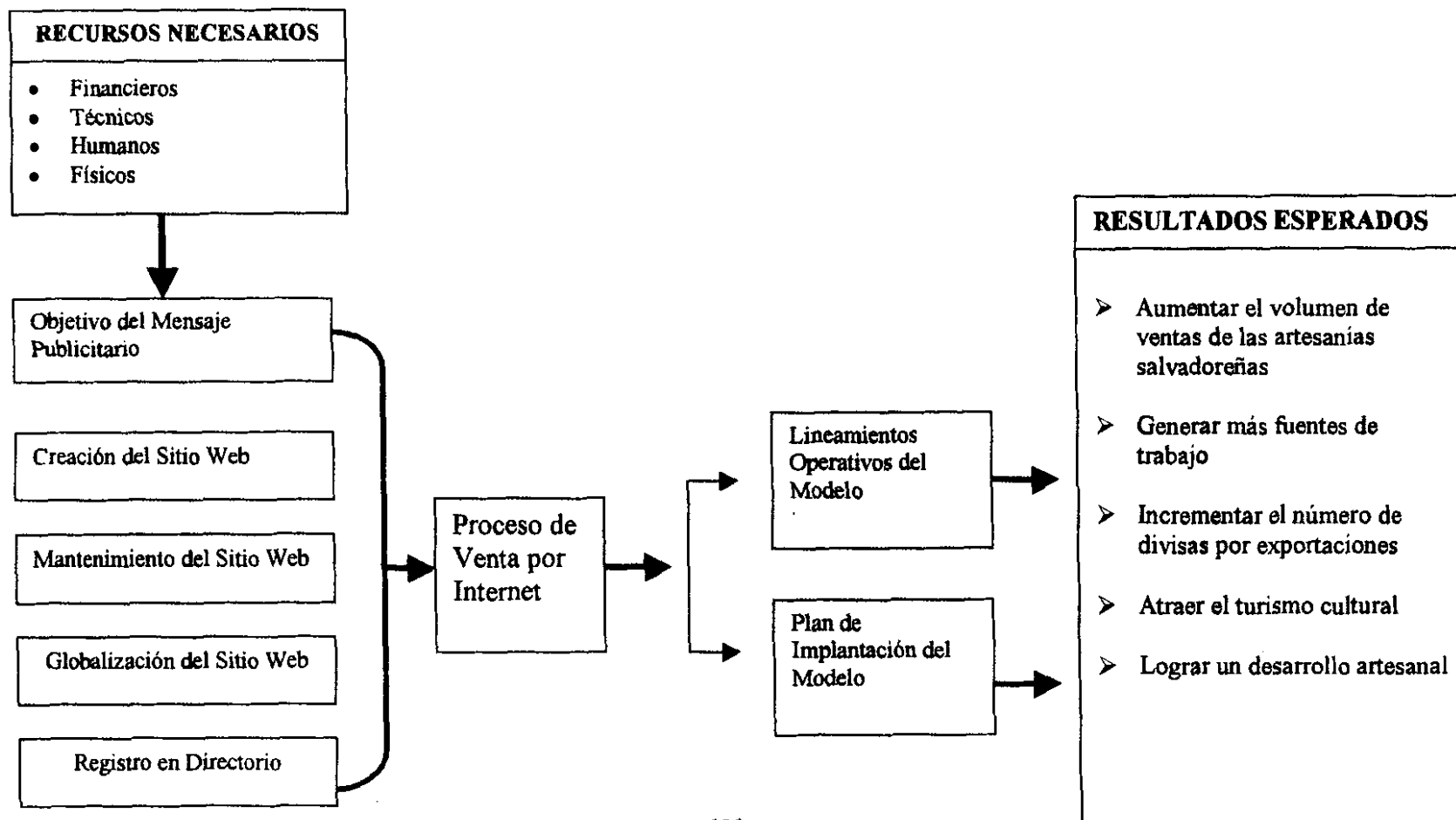
5.4 CONDICIONES FÍSICAS

En lo que a este tipo de recursos se refiere se considera necesario lo siguiente:

- Espacio mínimo de 2 mts²
- Temperatura ambiental aproximada de 25°C
- Área con suficiente iluminación
- Instalación eléctrica acorde a las necesidades del equipo.
- Que de preferencia sea una sala pintada con colores claros

6. DIAGRAMA DEL MODELO DE PUBLICIDAD POR INTERNET PARA LAS ARTESANIAS

SALVADOREÑAS



6.1 OBJETIVO DEL MENSAJE PUBLICITARIO

Hacer que la hoja Web de artesanías incida en la actividad de los visitantes para convertirlos en clientes, reafirmando el valor de las artesanías de El Salvador, ofreciendo artículos de calidad, con una entrega a tiempo y a precios competitivos, además de poder crear un tiempo de conversación por Internet con el cliente para iniciar un vínculo de amistad con él, dando más que una buena impresión no solo de la hoja Web en si, sino de los artesanos y del país en general.

6.2 CREACIÓN DEL SITIO WEB

La hoja Web, es una página electrónica de Internet (Web Page) que le permite colocar información con animación, colores y sonido; logrando un impacto similar a un anuncio combinado de televisión, prensa y radio, el cual ayuda a lograr los objetivos mercadológicos y publicitarios de las empresas.

Para su elaboración existen varias empresas especialistas que brindan estos servicios (en algunos casos son las mismas empresas; que le ofrecen la instalación de la red de Internet). Para su elaboración y diseño, los responsables necesitan contar con información sobre cualidades, ventajas, precios, estilos, tamaños, colores, etc., respecto al servicio o producto que se desea anunciar; con el propósito de destacar aquellas cualidades que más podrían interesar al usuario.

Para reducir los costos de diseño y elaboración de la hoja Web, sería conveniente que los artesanos interesados se agrupen y se anuncien en una sola hoja, en la que aparezcan las direcciones del Correo electrónico de todo los artesanos asociados y de

esta forma el usuario solo tendrá que elegir la dirección del vendedor con quien desea hacer el negocio.

A continuación se presenta una muestra de lo que podría ser una hoja Web con información de las artesanías elaboradas en las ciudades de La Palma, Nahuizalco e Ilobasco.

La página principal del sitio Web se conforma por 3 partes:

- Una franja superior, que destaca el título.
- Un índice ubicado en la parte izquierda, que despliega las diferentes opciones que permitan la navegación en el sitio.
- La zona derecha donde se despliega la información contenido en cada una de las páginas del sitio Web, las cuales se accesan a través de enlaces ubicados en el índice y en las mismas páginas.

En la página sobre historia artesanal, se hace una breve reseña de lo que es El Salvador, su población, su área geográfica y hace mención de las tres ciudades en las que se elaboran las mejores piezas artesanales.

La siguiente página hace mención de lo que son las artesanías de mimbre y da una muestra de estos artículos por medio de fotografías.

En la opción de artesanías de madera muestra algunos de estos artículos por medio de fotografías.

La siguiente página se refiere a los artículos de barro y al igual da una muestra de estos artículos por medio de fotografías.

En la opción de artesanos salvadoreños se hace referencia a las direcciones que puede el usuario solicitar información o entablar una comunicación con los artesanos, (direcciones de tres artesanos).

En la opción la correspondencia, aparece una pequeña nota de un cliente en donde solicita mayor información.

6.3 MANTENIMIENTO DEL SITIO WEB

Para darle un mejor mantenimiento al sitio, deben efectuarse revisiones constantes tanto por parte de los proveedores como de los propios artesanos.

Para actualizar la información, con el fin de mantener la atención del usuario; cuidando siempre la calidad en su contenido la facilidad del uso del sitio, la velocidad del acceso, entre otros aspectos.

Tienen que dársele un buen estilo de redacción a esta página Web que sea sencillo, claro y de fácil comprensión; también debe cuidarse el tipo de fuente del contenido del texto que sea del tema, los colores deberán de ser atractivos con un fondo adecuado, con animaciones y sonido para darle un verdadero carácter.

6.4 PASOS PARA LOGRAR LA GLOBALIZACIÓN DE LA HOJA WEB

- a. Traducción a más de un idioma del contenido de la hoja (especialmente el inglés).
- b. Descripción de los precios de las artesanías y su equivalente en US \$ dólares.

- c. Incluir algún tipo de información de carácter económico, político, cultural y social de El Salvador, como por ejemplo: La firma de la paz en 1992.

6.5 REGISTRO EN DIRECTORIO DE CORREO ELECTRONICO

6.5.1 LA DIRECCIÓN ELECTRONICA

Un punto importante a considerar, es la creación de la dirección electrónica de los artesanos interesados, la cual les permitirá a éstos mantener una comunicación con el usuario a través del envío y recibo de correos, que les permita el cierre de cualquier transacción. Este servicio se obtiene a través de las empresas proveedoras de los servicios de instalación de Internet.

7. COMO OBTENER LOS SERVICIOS DE INTERNET

Después de exponerlos los puntos anteriores, los artesanos decidirán si desean y cuentan con los recursos necesarios para instalar la red de internet, lo cual podrán hacerlo a través de varias empresas que se dedican a brindar este tipo de servicios, quienes a la vez le instalan el correo electrónico (dirección electrónica) y pueden elaborar y diseñarle la hoja Web.

Se recomienda que los interesados soliciten a estas empresas capacitación sobre el manejo de la red, que en algunas oportunidades lo ofrecen de forma gratuita. (Ver Anexo # 5).

8. PROCESO DE VENTA POR INTERNET

- El cliente se contacta con el artesano después de ver la hoja Web por medio de correo electrónico.
- Ya que previamente en la hoja se mostrarán los distintos precios de las artesanías, se pueden llegar a un entendimiento en el volumen, precio y condiciones de envío del pedido, y forma de pago.

Formas de pago por ventas nacionales:

- Al contado
Pago con cheque (de preferencia certificado), efectivo o tarjeta de crédito.
- Al crédito
Pagos por cuotas o un solo pago en un plazo determinado

Formas de pago por ventas al extranjero:

- Pago de Banco a Banco, en el cual el cliente abona en un banco del exterior y el artesano lo retira aquí en el País.
- Pago por medio de correo tradicional, enviando un giro a nombre del artesano.
- Otra alternativa, es hacer un cargo en la tarjeta de crédito del cliente, quien lo autoriza por medio de internet.

9. LINEAMIENTOS OPERATIVOS DEL MODELO

a. Información necesaria para destacar la hoja Web

Para que la página Web sea muy llamativa ante los ojos de cualquier usuario, se recomienda plasmar fotografías de artículos artesanales que tengan colores atractivos, además se puede presentar una breve historia de la labor artesanal en El Salvador. Dependiendo de los productos que aparezcan en las fotografías, se puede describir su materia prima, la variedad de colores, tamaños y precios que existen; además se puede aclarar que ésta es una pequeña muestra de lo que ese produce pero que existe una variedad de artículos más.

Se debe hacer referencia a la dirección de correo electrónico de los artesanos.

b. Evaluación de la hoja Web

El artesano deberá exigir a la institución que elabore la hoja Web de artesanías, que pruebe en una máquina configurada como servidor y evalúe en varios de los navegadores existentes, dicha hoja para determinar si ésta cumple con las exigencias de los usuarios.

c. Edición de catálogo:

Puede editarse un catálogo que contenga más variedad de artesanías, como muestra de la producción existente; en este mismo catálogo se puede aclarar al usuario la

variedad de precios, colores y tamaños; aclarando que se pueden elaborar otras artesanías de acuerdo a su gusto.

d. Otros medios de publicidad para la dirección electrónica

Además de aparecer en Internet la dirección electrónica de los comerciantes se sugiere que dicha dirección aparezca en sus facturas, tarjetas de presentación, periódicos, directorios telefónicos, rótulos de sus negocios.

10. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE PUBLICIDAD A TRAVÉS DE INTERNET PARA CONTRIBUIR A LA COMERCIALIZACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE LAS ARTESANÍAS.

En este punto se presenta el Plan de Implementación del Modelo de Publicidad, el cual ayudará a los artesanos y a las instituciones interesadas en el uso de este modelo.

10.1 OBJETIVO

Hacer que se lleven a cabo los puntos descritos en el Plan de Implementación del Modelo de Publicidad a través de Internet.

10.2 PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

a) Presentación y Promoción del Modelo

Con el propósito de hacer la presentación del presente modelo, se ha considerado como primer paso, invitar a los artesanos que componen el universo objeto de estudio, a través de una carta formal en la que se les mencione el propósito de la misma y lugar y fecha del evento. Dicha presentación se haría en cada uno de los lugares objeto de estudio.

Una vez establecida la presentación de dicha propuesta se utiliza ciertos materiales didácticos los cuales permitirán una mejor explicación y comprensión de la propuesta; pues en ellos se destacaría información muy importante como por ejemplo: las ventajas, los beneficios, los costos y datos estadísticos de talleres de otros países que han puesto en práctica la publicidad por Internet, quienes han obtenido buenos resultados.

b) Motivación del usuario por parte de los artesanos.

Los artesanos que implementen este modelo de publicidad tendrán un reto muy grande que enfrentar porque tienen que visualizar que la información que en la hoja web se describa será la que influya en millones de personas para poder convertirlos en clientes. Tendrán que estar conscientes que de ello depende el éxito que desean, por lo tanto es de tomar en consideración muchos aspectos, como los siguientes:

La información deberá ser de interés para el usuario, tratando de ser muy originales, novedosos y creativos, sabiendo utilizar la mezcla de colores de fondo y de las fotografías que se pretendan plasmar; tienen que hacer énfasis en que existe un número mayor de artículos, en diferentes tamaños, colores y precios y hasta se podría incorporar un pequeño catálogo de las misma, en el que puedan agregar mayores detalles, lo cual permitirá que el usuario tenga mayores opciones de compra.

Pueden destacar en un párrafo información sobre el sector artesanal y cómo se ha desarrollado en los últimos años. Asimismo, aspectos de tipo cultural, económico y político que sean de interés para el usuario.

Es importante que los artesanos hagan cambios constantes en la hoja web, para mantener siempre la atención del usuario.

c) Reporte de Consultas de la Hoja Web

Al diseñar la hoja web deberá implementarse un programa de monitoreo, que permita determinar el número de visitas realizadas a la hoja web de los artesanos; esto servirá como una herramienta básica de medición de la efectividad de audiencia que tiene la misma.

De esta forma se evalúa el impacto del modelo de publicidad por Internet con base al número de visitas realizadas por los diferentes usuarios.

d) Demanda de los Productos

Otra forma para evaluar la efectividad del modelo, es a través de la demanda de los productos observada por los volúmenes de ventas desde la fecha de la puesta en marcha del modelo.

Esta evaluación la podrán efectuar los mismos artesanos al hacer una comparación de ventas de fechas anteriores a la implantación del modelo y después de la puesta en marcha del mismo. Esto permitirá determinar la eficacia del modelo.

10.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLANTACION DEL MODELO DE PUBLICIDAD POR INTERNET.

A continuación se presenta un cronograma en el cual se describen las actividades necesarias para la implementación del modelo de publicidad por internet, describiéndose el tiempo de ejecución del mismo que comprende un período de tres meses; sin embargo, este tiempo puede variar dependiendo del interés que se ponga para su implantación y de los imprevistos que se presenten por parte de las personas involucradas.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLANTACION DEL MODELO

CUADRO No.1

PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	MES 1				MES 2				MES 3			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Presentación y Promoción del Modelo	Creadores del Servicio	X	X										
2	Cotización de Equipo y Servicio de Internet de Diseño de Hoja Web y contratación.	Artesanos			X	X	X							
3	Instalación del Equipo Red de Internet y Correo Electrónico	Proveedores del Servicio						X	X					
4	Elaboración y Evaluación de la Hoja Web.	Proveedores del Servicio y Artesanos								X	X	X	X	
5	Presentación y Venta a través de la Hoja Web.	Proveedores del Servicio y Artesanos												X