

**UNIVERSIDAD DON BOSCO  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
ESCUELA DE COMUNICACIONES**



**TÍTULO DE TESIS:**

**“DESARROLLO DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET EN EL  
SALVADOR”**

**PRESENTADO POR:**

**SUSY EULALIA ESCOBAR QUINTANILLA  
GLENDA ARACELY VENTURA ALFARO**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

**LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ASESOR: MCS. OSCAR JESUS AREVALO**

**SEPTIEMBRE 2001**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.**

**UNIVERSIDAD DON BOSCO**



**RECTOR**

**Ing. Federico Miguel Huguet**

**SECRETARIO GENERAL**

**Lic. Mario Rafael Olmos**

**DECANO DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES**

**Lic. Humberto Flores**

**ASESOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**

**MCS. Oscar Jesús Arevalo**

**JURADO EVALUADOR**

**Lic. Guillermo Ramos**

**Lic. Edwin García**

**SAN SALVADOR,**

**EL SALVADOR,**

**CENTROAMERICA**

## AGRADECIMIENTO

Agradecemos de manera muy especial a nuestro asesor MCS. Oscar Jesús Arevalo, que nos motivo de principio a fin de una forma desinteresada para la realización de este trabajo, y a los jurados Lic. Guillermo Ramos y Lic. Edwin García por su valiosa contribución a la culminación de dicho trabajo.

Finalmente queremos agradecer especialmente a todas aquellas personas que de una u otra forma nos brindaron su ayuda y apoyo para el desarrollo del presente trabajo.

Las autoras.

En forma muy especial para Glenda Ventura, por ser mi compañera y amiga desde hace muchos años, por haber compartido tantos momentos a mi lado y agradecerle por compartir conmigo este triunfo que al final de cuentas es un doble triunfo ya que no solo fue mi compañera de tesis sino mi amiga.

Gracias Glenda.

A mi compañera y gran amiga Susy Escobar, por haber compartido tantos años tanto de colegio como de universidad, pero sobre todo por que juntas formamos un excelente equipo para la realización de este trabajo.

Gracias Susy

## **DEDICATORIA**

### **A DIOS TODOPODEROSO:**

Por habernos permitido finalizar nuestras carreras, brindándonos salud y fortaleza para poder alcanzar uno de nuestros más grandes logros.

### **A NUESTROS PADRES:**

Con mucho amor y profundo agradecimiento, ya que con sus apoyos y sacrificios, supieron guiarnos por el camino del bien, hasta llegar a la formación profesional.

### **A NUESTROS HERMANOS:**

Por su contribución y apoyo, por darnos palabras de aliento para seguir adelante y compartir nuestro éxito.

### **A NUESTRAS FAMILIAS:**

Por darnos apoyo en la realización de este trabajo y de forma especial a nuestros abuelos que estuvieron en todo momento a nuestro lado.

### **A NUESTROS AMIGOS:**

Por su colaboración y apoyo desinteresado.

## ÍNDICE

	Pag.
INTRODUCCIÓN.....	i
CAPITULO I.....	1
MARCO CONCEPTUAL .....	1
1.ANTECEDENTES .....	1
2. PROBLEMA.....	7
2.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
2.1.1 JUSTIFICACIÓN.....	8
3. OBJETIVOS.....	10
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS: .....	10
4. ALCANCES Y LIMITACIONES.....	11
4.1 ALCANCES DEL PROBLEMA.....	11
4.2 LIMITACIONES DEL PROBLEMA: .....	11
5. IMPORTANCIA DEL PROBLEMA. ....	12
CAPÍTULO II.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
1.POSTULADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
2. DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS:.....	17
3. ANTECEDENTES DE INTERNET EN EL SALVADOR.....	20
4. UTILIZACIÓN DE INTERNET:.....	21
5. PUBLICIDAD EN INTERNET EN EL SALVADOR.....	22
5.1 EVOLUCIÓN Y DESARROLLO DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET EN EL SALVADOR.....	24
5.2 VÍAS DE ACCESO PARA LA PUBLICIDAD EN INTERNET .....	30
5.3 TÉRMINOS MÁS UTILIZADOS .....	31

CAPÍTULO III.....	36
MARCO METODOLÓGICO.....	36
1. SUJETOS.....	36
2. TECNICAS O INSTRUMENTOS.....	38
CAPÍTULO IV.....	40
MARCO OPERATIVO .....	40
1. TIPOS DE PUBLICIDAD QUE SE CLASIFICAN EN INTERNET .....	40
2. FUNCIONAMIENTO DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET.....	41
3. EMPRESAS QUE PROVEEN SERVICIO DE INTERNET EN EL SALVADOR..	43
4. EMPRESAS QUE ELABORAN PUBLICIDAD EN INTERNET.....	52
4.1 ASPECTOS A TOMAR EN CUENTA PARA HACER PUBLICIDAD EN INTERNET.....	63
5. EMPRESAS QUE UTILIZAN PUBLICIDAD EN INTERNET.....	64
ALGUNOS SITIOS RECOMENDADOS PARA LA PAUTACIÓN DE PUBLICIDAD EN EL SALVADOR:.....	99
SOFTWARE PARA EL DISEÑO Y EDICIÓN DE PUBLICIDAD EN INTERNET.	102
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	106
CONCLUSIONES: .....	106
RECOMENDACIONES: .....	108
BIBLIOGRAFIA.....	109
ANEXOS.....	110

## INTRODUCCIÓN.

En la presente investigación se ha explorado el tema **“DESARROLLO DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET EN EL SALVADOR”**. Conoceremos de forma general, los primeros pasos de la incursión de esta revolucionaria tecnología en el país; así como la evolución, desarrollo y técnicas de las que se vale para su diseño y realización.

Por otra parte, es importante puntualizar los beneficios que aporta la utilización de Internet como medio de comunicación hacia las empresas anunciantes, sin dejar de lado las desventajas que este presenta como medio, ante los canales de comunicación tradicionales. La investigación ha tomado en cuenta también a las empresas que proveen el servicio en línea, distinguiendo sus características y las diferencias que puedan existir entre ellas.

Para la realización del estudio, se ha contado con opiniones de expertos en el campo del Internet y la Publicidad, ya que de esta manera se conoce la situación real por la que atraviesa el tema en estudio en el país.

El presente trabajo de graduación pretende crear conocimiento sobre la importancia que tienen las nuevas tecnologías con las que se trabaja en el país, por los cambios que trae el trabajar con una tecnología de primera como lo es Internet; es decir, la adaptación de ésta para utilizarla adecuadamente; así como la capacitación de personal para el manejo de la misma, de igual manera ha jugado un papel primordial el hecho de contribuir a consolidar bibliografía que sirva de base a investigaciones futuras. El desarrollo de dicho trabajo incluye varios capítulos básicos:

**Capítulo I.** Se desarrolló el **MARCO CONCEPTUAL**. Se da a conocer la definición del problema, de igual manera se especifican los objetivos que se han alcanzado, así como los alcances y limitaciones que se presentaron para la realización del trabajo. También en este capítulo se ha abordado la justificación, donde se describe el por que del proyecto.

**Capítulo II, MARCO TEÓRICO.** Dentro de éste capítulo se da a conocer la perspectiva teórica con la que se ha abordado el tema en estudio, la cual es el modelo sociocultural. En cuanto al tipo de estudio éste es de índole diacrónico exploratorio. Asimismo, se presentan los temas relacionados con el problema, como lo son Internet, Publicidad y Publicidad en Internet.

**Capítulo III, MARCO METODOLÓGICO.** Se describe la metodología, las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recolección de información. Además, se dan a conocer los sujetos de estudio.

**Capítulo IV, MARCO OPERATIVO.** Se da a conocer la situación real que circunda la temática en estudio. En dicho capítulo se presenta un cuadro comparativo que hace referencia de los costos de pauta de los diferentes medios de comunicación. Asimismo gráficas que muestran el aumento de empresas que utilizan publicidad en Internet hasta el año 2000. También se toman en cuenta imágenes de las diferentes empresas en estudio, dando una breve explicación de cómo estas trabajan. Por último se conoce el plan estratégico de las agencias.

# CAPITULO I

## MARCO CONCEPTUAL

### 1. ANTECEDENTES

La Publicidad es un hecho que se remonta a muchos años atrás, se ha desarrollado de manera sorprendente adaptándose a los medios que han ido apareciendo y evolucionando. Cabe aclarar que en ningún momento se están reemplazando unos con otros, puesto que la publicidad se mantiene en prensa, radio y televisión. Hoy en día se está tratando de encajar en Internet.

Si se estudia un poco la trayectoria que ha tenido la publicidad, en ella se encuentra una larga historia que data del siglo XVI. Lo mejor es sintetizar y partir del medio escrito. Fue éste que le dio el mayor auge cuando se inventó la imprenta, de ahí que florece el periódico y todo comerciante quiere tener espacio para ofertar sus productos y servicios; ya que se dieron cuenta lo rentable que resultaba y a la vez era lo mejor para mantener en pie dicho medio.

Luego surge la radio. Era un invento extraordinario y también se le vio como un excelente medio para colocar la publicidad. De esta manera se le abrieron las puertas a más emisoras y más anunciantes.

Luego surge la radio. Era un invento extraordinario y también se le vio como un excelente medio para colocar la publicidad. De esta manera se le abrieron las puertas a más emisoras y más anunciantes.

De igual forma nace la televisión que le dio un giro total a la publicidad, porque poseía más ventajas "La televisión se ve y se escucha", en un principio sufría de daltonismo ( blanco y negro ). Y luego surge la televisión a colores haciéndose más llamativa al ojo humano y es lo que busca la publicidad, atraer por medio de imágenes agradables a los públicos objetivos.

A continuación se presentan algunos conceptos básicos para entender la publicidad en general:

Existen múltiples intentos de definición de la actividad publicitaria y tal como se plantea su evolución existirán muchos más en los años venideros.

Esto indica, la existencia de problemas, tanto en la teoría como en la práctica publicitaria. Estos problemas pueden resumirse así:

- Constantemente se incorporan al patrimonio publicitario nuevos métodos y técnicas que amplían su campo de acción.
- Los distintos autores enfocan el problema total desde ángulos diversos según sea su formación, su experiencia y la finalidad perseguida.

Ahora bien, el concepto de publicidad con el que se coincide es el siguiente:

**“Es la técnica de comunicación múltiple que utiliza de forma paga medios de difusión para la obtención de objetivos comerciales predeterminados, a través de la formación, cambio o refuerzo de la actitud de las personas sometidas a su acción”<sup>1</sup>.**

La publicidad tiene como objetivos lograr conocimiento y comprensión de las ventajas diferenciales del producto entre un “x” porcentaje de la audiencia objetivo en meses, así también tiene como propósito habitual informar, persuadir, y recordarle al público algunos productos o servicios en particular.

Dentro del área publicitaria se pueden distinguir varios tipos de publicidades, estas serán dependiendo de la compañía o la empresa así como también de los servicios o productos que ofertan.

El anunciante quiere estar en todas partes y no ha dejado de lado ningún medio para anunciarse y ahora con la llegada de la era informática, la publicidad se está acondicionando a ésta. La tecnología informática se ha expandido de una manera excepcional, sin dejar a un lado todos los beneficios que ésta ha tenido en la sociedad. Se considera

---

<sup>1</sup> Oscar Pedro, Billorou, Introducción a la Publicidad, pág. 29

Internet como una red de redes y es ahora también otra vía para la publicidad, la cual está abarcando una buena parte del comercio en países industrializados.

En países como El Salvador, se abre campo lentamente, pero está ahí presente, no es sorprendente que las personas tengan su cuenta por correo electrónico, posean o no equipo de cómputo; igualmente las empresas no se mantienen al margen en adquirir su E-mail para facilitar las comunicaciones e intercambiar información. Con la llegada de empresas que se dedican a elaborar publicidad en Internet se ha incrementado el número de páginas electrónicas de anunciantes salvadoreños.

Según el Ing. Richard Osterude, Gte. de Interpass (agencia especializada en publicidad en Internet), el anunciante lo que busca es tener presencia en la red. De no ser así, no está a la vanguardia de la tecnología, convirtiendo la publicidad de Internet en un arma de doble filo. ¿Por qué? Porque se crea presencia en la red. Ya que es como un local donde pueden ser vistos por todo aquel que se encuentre navegando por el ciberespacio, y por otro lado, se hace publicidad de una forma

diferente, es más que un anuncio; ya que posee una cantidad de información que en medios tradicionales no se aprecia.

El Internet en El Salvador surge en 1992. En esa época varias empresas salvadoreñas comenzaron a conectarse a la red. Ya para 1994, El Salvador se identificaba con las letras SV ( el dominio superior de El Salvador en la red).

Internet, en El Salvador surge como antes se mencionó en 1992 y se empleó como medio publicitario en la época de 1998 en algunas empresas. En un principio, a las empresas lo que les llamó la atención fue el correo electrónico. Este para facilitar sus comunicaciones entre sus proveedores, clientes u otros interesados. Este es el primer paso que estas dieron; ya que el anuncio en la red era más costoso y no se encontraban las agencias que hoy se dedican a la creación de este tipo de publicidad ( páginas web, banner, anuncios clasificados, botones, etc). Para 1999 en el país ya se tiene conocimiento de algunas empresas que poseen su página web en Internet entre las más conocidas que se mencionan:” **La constancia, Almacenes Simán, Banco Cuscatlan, Pizza Hut, El Diario de Hoy, Telemovil, Agencias de Viajes Escamilla, Trasn-Express, Cablevisa, Televip**”<sup>2</sup> entre otras.

---

<sup>2</sup> Canizales, José *Publicidad en los 90's: Internet como medio publicitario*

La necesidad de hacer publicidad parece ser parte de la naturaleza humana, desde sus inicios ha jugado un papel primordial dentro de la sociedad; ya que gracias a ésta el comercio ha ido en crecimiento; por lo que ha generado a lo largo del tiempo una evolución económica, social y cultural es decir, que al darse a conocer al público el producto o servicio se generan ventas por lo que el comerciante desde el siglo XVI hace uso de esta herramienta para aumentar sus niveles económicos y por ende con el transcurso del tiempo el vender por medio de un mensaje ha generado en la sociedad un crecimiento cultural, este en cuanto a las adopción de formas y técnicas de llevar acabo la venta de un producto o servicio. Asimismo, se ha producido un aumento en la economía de una sociedad que hace uso de la publicidad.

La publicidad en nuestro país ha llegado a resolver toda clase de problemas en el área comercial, como el innumerado nivel de competencia que existe entre un producto y otro, de igual manera la falta de conocimientos sobre el uso adecuado de un producto o servicio. En el país, la publicidad forma parte del grupo de potenciales económicos dentro del área empresarial-comercial; ya que las empresas, sean grandes o medianas, año tras año invierten cantidades fuertes en campañas publicitarias con el objetivo de darse a conocer, posicionarse en la mente del consumidor y ofertar sus productos o servicios.

El comercio y la tecnología están de la mano dentro del campo publicitario gracias a las innovaciones que en estos últimos años se ha tenido en el área; Internet es un claro ejemplo. Es decir que Internet es una técnica más de la que se puede valer la publicidad para llevar a cabo su finalidad, la cual será de acuerdo a los objetivos publicitarios de la empresa con respecto al producto o servicio.

Como toda sociedad comercial en desarrollo, la nuestra ve en Internet una ventana abierta al mundo para darse a conocer y a la vez promover sus productos y servicios. La utilización del Internet, como medio de publicidad, es un campo reciente en el país; ya que no se tiene mucha experiencia en el área, a pesar de esta limitante una gran cantidad de empresas ya se encuentran alojadas en el ciberespacio. Es por ello que nace la inquietud de realizar una investigación para conocer los inicios de esta nueva etapa publicitaria y, al mismo tiempo, darnos cuenta de la evolución que ésta ha tenido durante los últimos años hasta la fecha en nuestro contexto.

## **2. PROBLEMA**

¿Qué factores han contribuido al empleo y desarrollo de la Publicidad en Internet en empresas Salvadoreñas?

## **2.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.**

Internet como medio publicitario, auge y desarrollo en algunas empresas Salvadoreñas durante el año 2000.

### **2.1.1 JUSTIFICACIÓN.**

Con la utilización de Internet, como herramienta para dar a conocer la imagen de la institución o promover sus productos y servicios; la publicidad en Internet en el país está generando cada día más interés en las empresas salvadoreñas que se encargan de distribuir o fabricar "X" producto, el hacer publicidad en Internet, es crear presencia de la empresa en algún sitio de la red, con ello a la vez se hace publicidad institucional como comercial. Es decir que no solo se está promoviendo un producto o servicio sino también se detalla información sobre la empresa en sí creando de esta manera una imagen favorable de la misma.

El publicitarse por la red es un proceso acondicionante. Por ejemplo, así como en un determinado tiempo, la moda en avances tecnológicos era la TV., hoy en día lo es Internet. Por esa razón, las empresas han decidido recurrir a este "nuevo" medio. Aproximadamente se cuenta con más de 100 empresas salvadoreñas en la red, las cuales pueden alcanzar los siguientes propósitos:

- Promoverse Institucional, Nacional e Internacionalmente en el mercado.

- Ejercer el comercio electrónico.
- Dar a conocer los productos y servicios que éstas ofrecen.
- Ir a la vanguardia de la tecnología.

El desarrollo del proceso creativo para una publicidad en Internet es más completo; ya que se cuenta con mucho más espacio (en toda la estructura del anuncio, así por Ejemplo un anuncio no se esta sujeto a horas ya que el usuario accesa a la publicidad que le interesa) y tiempo (dependiendo del tipo de publicidad). Para el presente trabajo se contará con una muestra de las tres poblaciones en estudio:

- Empresas que utilizan Internet para darse a conocer por este nuevo medio.
- Empresas proveedoras del servicio de Internet.
- Empresas encargadas en el diseño o realización de la publicidad para Internet.

El estudio que se ha realizado se define como tipo de investigación diacrónico-exploratorio; ya que se estudió la publicidad en Internet desde sus inicios en El Salvador, hasta la evolución que ésta ha tenido durante el año 2000. Asimismo, el desarrollo y funcionamiento en general que se emplea en dicha publicidad tiene como propósito la recopilación de información para reconocer, ubicar y definir las causales de la incursión de la publicidad en Internet en el país, contando con la recolección de

ideas y opiniones empíricas de personas que están viviendo la experiencia de desempeñarse en este campo.

Para el estudio de un fenómeno social es necesario tomar en cuenta perspectivas teóricas que permitan la comprensión y explicación más profunda del objeto en estudio. Es por ello que se ha tomado en cuenta el modelo sociocultural.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL.**

Conocer el auge y desarrollo de la Publicidad en Internet en algunas empresas salvadoreñas durante el año 2000.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

**3.2.1** Conocer las técnicas de publicidad que se emplean en Internet en nuestro país.

**3.2.2** Conocer las empresas salvadoreñas que proveen el servicio de Internet, sus características y diferencias(Telefónica, Netcom, Telecom y Telemovil )

**3.2.3** Identificar qué tipo de campaña publicitaria predomina en Internet en el país.

**3.2.4** Conocer los beneficios que conlleva Internet como medio publicitario a las empresas en estudio.

**3.2.5** Enumerar algunas empresas que utilizan Internet para anunciarse en el país.

#### **4. ALCANCES Y LIMITACIONES DEL PROBLEMA.**

##### **4.1 ALCANCES DEL PROBLEMA:**

- 4.1.1** Realizar una síntesis sobre el desarrollo que ha tenido la publicidad en Internet, durante el año 2000.
- 4.1.2** Conocer los términos más utilizados en Internet referente con el área publicitaria.
- 4.1.3** Conocer las ventajas y desventajas de la publicidad en Internet.
- 4.1.4** Conocer los sitios estratégicos que se utilizan para la publicidad en Internet dentro del país.

##### **4.2 LIMITACIONES DEL PROBLEMA:**

- 4.2.1** La falta de profundidad en conocimientos que se tiene en el país acerca de la publicidad en Internet.
- 4.2.2** La documentación existente sobre publicidad en Internet se resume a libros y apartados que hacen referencia a nivel internacional; no así en el país lo cual dificulta la recopilación de información para una mejor comprensión del problema.

**4.2.3** El poco acceso en brindar información por parte de las empresas comerciales(anunciantes) y de aquellas que proveen el servicio al igual que las empresas encargadas en el diseño de la misma.

**4.2.4** Para la elaboración de dicho estudio de campo se han tomado en cuenta algunas empresas que hacen uso de la publicidad en el Internet, por la razón mencionada en el rubro anterior, por lo que se determinó un porcentaje significativo de las misma para la realización de la investigación.

## **5. IMPORTANCIA DEL PROBLEMA.**

En El Salvador, Internet era hasta hace pocos años un medio desconocido para muchos y su costo estaba elevado; hoy en día los proveedores están brindando dicho servicio por un módico precio y para aquellas personas que no poseen un equipo de cómputo ya no es una limitante, porque los cybercafés son una alternativa para todos los interesados en navegar por la red. Ante tal avance, las empresas ven en Internet, otro medio para anunciarse. Pero, qué tanto la publicidad en el país esta utilizando Internet, ¿se ha abierto campo?. Es así como surge el tema de estudio, considerándolo relevante, ya que el papel ocupado por Internet en el país esta creciendo, no a pasos grandes; pero se puede afirmar que ya no es una herramienta desconocida en nuestra sociedad.

Asimismo, es de gran importancia identificar los motivos del por qué las empresas recurren a este nuevo medio para darse a conocer y al mismo tiempo ofertar sus productos y servicios. Las consecuencias de esta innovadora tecnología hacia la forma de percibir el mensaje que se quiere dar a las audiencias metas y los beneficios económicos que conlleva la utilización de ésta nueva herramienta.

Por lo tanto, se considera importante dicha investigación para abrir la posibilidad de futuros estudios donde se conozca el inicio de la publicidad en Internet, entre otras cosas. Se pretende ofrecer información que dé una base de los que es en sí dicho tema, es decir brindar un documento exploratorio que sirva de apoyo para la realización de investigaciones específicas futuras, ya que este estudio posee aspectos generales los cuales quedarán abiertos y se podrá contribuir al desarrollo de la publicidad en Internet en el país.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 1. Postulados científicos en que se basará la investigación.

La investigación es vista desde la perspectiva teórica del modelo sociocultural, ya que por medio de éste paradigma se ha llegado a enfocar las maneras en que se transmiten los mensajes en las creencias, actitudes o conductas de su propio público, de igual forma la importancia de las "revoluciones en las comunicaciones" en cuanto a la acumulación cultural y las variables sociales con el que los seres humanos adquieren técnicas y tecnologías cada vez más eficaces.

El prof. De Fleur, expresa que: **"La comunicación de masas, puede volver a moldear, los acuerdos sociales y culturales, las reglas y códigos de la sociedad, su lenguaje y las expectativas recíprocas de las personas sobre los papeles a desempeñar"**<sup>3</sup>

Desde el origen de los medios de comunicación, éstos han venido desarrollando cierta capacidad en el hombre de manipularlo y de crear en él necesidades no primordiales; ya que lo han sublimado con ideas, productos y servicios que estos medios dan a conocer. Durante la evolución de éstos se han ido adoptando y conservando las formas tecnológicas y sociales más adecuadas a las necesidades de la sociedad.

---

<sup>3</sup> M.L. de Fleur, Teoría de la Comunicación de masa, pág. 32

Los supuestos del modelo sociocultural, según el prof. De Fleur son:

- La capacidad de las variables socioculturales como base de las comunicaciones eficaces para persuadir.
- Las variables sociales y culturales como factor importante para determinar la forma en que las personas adoptan nuevas ideas y actitudes.

Es decir que el medio Internet ha venido a modificar la publicidad a la que se estaba acostumbrada, tanto en las personas que reciben el mensaje como en aquellos que quieren dar a conocer sus productos y servicios.

Como lo hemos indicado anteriormente, el modelo sociocultural nos ayudará a la comprensión de los cambios que implica la llegada de una nueva tecnología a un contexto social, esto se refiere a cambio de ideas y actitudes, cambio en el lenguaje y cambio en las costumbres propias en aquellos que diseñan publicidad en Internet y los que se anuncian en este.

Otra interpretación que atribuye enormemente el poder de los medios de comunicación de masas es el determinismo tecnológico de Innis en el libro Teoría de Comunicación de Masas, y sostiene: **"que la naturaleza de los medios que prevalecen en una sociedad influyen considerablemente sobre cómo piensan y se comportan los miembros**

de una sociedad; ya que los diferentes medios de comunicación provocan un pensamiento de causa-efecto en aquellas sociedades que dominan estos medios”<sup>4</sup>. Ya que cada uno de estos ha sido un nuevo dispositivo que cabe adoptar o rechazar como forma de tecnología dentro del hogar o cuanto menos una innovación requería por ejemplo que, las familias, adoptaran nuevos modelos de conducta social y cultural, aquí es donde las variables sociales y culturales relacionadas puedan revelar algunas de las maneras en las que una sociedad es influenciada y moldeada significativamente por los medios de comunicación. Desde la perspectiva del determinismo tecnológico, la característica más importante entre público-medio, reside en las propiedades tecnológicas del medio, así McLuhan afirmó que **"el medio es el mensaje"**<sup>5</sup> en el libro Teoría de Comunicación de Masas. Esto se refiere a que el medio de comunicación llega a convertirse en el mensaje; éste transforma la forma, contenido, estilo de dar a conocer el mensaje.

Es por ello que durante la investigación esta aclaración juega un papel importante, ya que durante el desarrollo de ésta misma se estudiará el desarrollo de la Publicidad en Internet, y las implicaciones de este medio a la hora de dar a conocer o mostrar la publicidad.

---

<sup>4</sup> Ibid. pág. 248

<sup>5</sup> Ibid. pág. 248

El objetivo primordial de la investigación es explorar la situación real de la publicidad en Internet en el país, y los cambios que se han originado con la ejecución de ésta tecnología a nuestra sociedad.

## **2. Definición de Categorías:**

Los términos con los que se trabaja son:

**PUBLICIDAD:** Para Otto Kleppner's significa: **"Un método para comunicar a muchas personas el mensaje de un patrocinador a través de un medio impersonal"**<sup>6</sup>. La publicidad es un negocio que refleja los desarrollos rápidos de la tecnología y el estilo de vida. La publicidad se ha convertido en una parte íntegral de la economía, la palabra publicidad trae a la mente comerciales en radio y televisión, anuncios en periódicos y revistas, sin lugar a dudas todas éstas cosas son publicidad, en cualquier caso no es posible escapar de la influencia de esta en la vida cotidiana.

Para Dunn Watson, la definición de publicidad es la siguiente:

**"La publicidad es la comunicación pagada, no personal, que por conducto de los diversos medios publicitarios hacen empresas comerciales, organizaciones no lucrativas o individuos que están identificados de alguna manera con el mensaje publicitario"**<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Otto Kleppner's, *Publicidad*, pág. 23

<sup>7</sup> S. Watson Dunn, *Publicidad*, pág. 7

Louis Quesnel, define diferentes términos sobre Publicidad:

**"La publicidad es un sistema, de comunicación que pone en relación a productores y consumidores a través de los medios de comunicación"**<sup>8</sup>

**"Es una arma de marketing al servicio de las estrategias comerciales de las empresas "**<sup>9</sup>

Arens William, define al concepto de Publicidad como:

**"Es una comunicación estructurada y compuesta, no personalizada de la información que generalmente pagan patrocinadores identificados, que es de índole persuasiva, se refiere a productos (bienes, servicios e ideas) y se difunde a través de diversos medios"**<sup>10</sup>.

Asimismo se habla de Internet, la utilización de éste en los diferentes campos de la sociedad, hasta llegar a lo que hoy en día se considera como un nuevo medio de comunicación, en donde la publicidad toma un papel dentro de éste.

Una de las muchas definiciones de Internet es la siguiente:

**" Es una enorme red de computadoras, algunas de las computadoras que participan en Internet ofrecen diferentes servicios los cuales pueden ser utilizadas por personas como usted y como yo"**<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Victor, David, *Comunications*, pág. 56-66

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Arens, William, *Publicidad*

<sup>11</sup> Honeycutt, Jerry, *Internet paso a paso*, pág. 10

Finalmente se ha explorado cómo funciona la publicidad en Internet, antecedentes generales hasta la adopción de ésta en nuestro país.

Según el Lic. Marvin Flores Gerente de Mercadeo de Interpass, " **la publicidad en Internet es aquella que presenta productos y servicios de una empresa al público, y a la vez genera ventas directas y contactos con clientes de manera inmediata**"<sup>12</sup>.

Algunas partes prioritarias que se acercan al objeto de estudio son en base al modelo sociocultural:

- Lenguaje                      \* Ideología
- Costumbres                 \* Manipulación
- Moda                         \* Actitudes, entre otras.

La publicidad en El Salvador, se remonta al año de 1827, con el surgimiento de los primeros periódicos "El Diario" nació en 1823, y es el periódico donde aparecieron los primeros anuncios comerciales impresos, es así como estos se convierten en la mayor fuente de ingresos para sus propietarios; con el surgimiento de la radio en 1926 la publicidad atrae a los grandes comerciantes de esa época, de igual manera cuando nace la TV. Esta resulto ser más atractiva para la publicidad en este medio los receptores no solo escuchan el mensaje sino que también pueden observar las características que un producto puede presentar.

---

12 L.P.G. SUPLEMENTO COMUNICACIONES, Viernes/25/02/00.-pág.8b

Los medios de comunicación como todo sector de una sociedad crecen a medida que pasa el tiempo, y la publicidad no se ha quedado estancada en estos, ya que ha ido a la vanguardia de las grandes tecnologías, y aunque lentamente surgen en el país hay que reconocer que no se ha quedado atrás, en este caso Internet viene a revolucionar las comunicaciones y por ende la publicidad.

### **3. ANTECEDENTES DE INTERNET EN EL SALVADOR:**

**"Las gestiones para conectar al país a la red mundial Internet, comenzaron con la formación del grupo SVNet, conformado por instituciones educativas y gubernamentales. Es durante 1994, que se da origen al grupo Svnet, que será la entidad administradora de dominio de Internet en el Salvador"<sup>13</sup>.**

La conectividad de El Salvador, marcó una fecha histórica, que representó una forma innovadora para la difusión de ideas, conocimientos e información vital, para el desarrollo de la sociedad evolucionando e impactando la cultura, política y economía.

Sin duda alguna, estas adaptaciones tecnológicas conducen a reflexionar que no se puede escapar de los avances del mundo, ya que el

---

<sup>13</sup>L.P.G. SUPLEMENTO Svnet, Miercoles 31/07/97,-pág.2c

país se ve en la necesidad de transferir tecnología de avanzada para cumplir con los requisitos del futuro.

El principal objetivo de SVNet; al conformarse fue: que como salvadoreños e instituciones representadas en ésta, se tenía un compromiso grande con la sociedad y el mundo; ya que adquiriendo la conectividad en Internet se puede aportar y recibir información , ya sea desarrollándola u ordenándola, proyectando al país en todo sentido.

**Miembros fundadores:**

- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)
- Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL)
- Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES)
- Universidad de El Salvador (UES)
- Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas" (UCA)
- Universidad Don Bosco (UDB)

**4. UTILIZACIÓN DE INTERNET:**

Internet, consta de diferentes servicios, entre los usos más comunes se tienen:

- Grupos de Discusión en Línea

Grupos de discusión y noticias en Internet

- Correo Electrónico universal

  - Envío y recepción de mensajes entre usuarios

- Telnet

  - Manejo de programas localizados en otras computadoras

- FTP (File Transfer Protocolo)

  - Transferencias de archivos entre computadoras

- World Wide Web

  - Consulta de publicaciones electrónicas interactivas en diferentes host.

- Gopher

  - Obtención de información ordenada mediante menús sencillos

- IRC ( Internet relay chat)

- Finger

  - Obtención de información de usuarios específicos en otras partes del mundo.

- Conexión a Internet con el host.

  - Establecer un enlace con el host proveedor de acceso

## **5. PUBLICIDAD EN INTERNET EN EL SALVADOR.**

El nuevo milenio ha generado nuevos retos a los publicistas ubicándolos en la era cibernética, en donde se enfrentan a un mundo más competitivo y globalizado, lo cual genera un mercado exigente que

demanda una preparación obligatoriamente íntegral, en el caso de a industria publicitaria los conocimientos intelectuales y tecnológicos son indispensables auxiliándose así de equipo multidisciplinario y de informática.

La informática se ha encargado de evolucionar el desarrollo de la publicidad; durante los 90 los empresarios salvadoreños se percataron de la potencia y el alcance que Internet poseía como lo es el reunir a millones de personas de todos los géneros, edades, razas y culturas rompiendo todo tipo de fronteras existentes en otros medios, además de convertirse en un medio publicitario multinacional y de bajo costo.

La publicidad y la tecnología han volcado nuevas formas de hacer "llevar a la acción" mediante nuevas tecnologías aplicadas en la creatividad como en los medios de difusión de mensajes, es así como en El Salvador se han abierto un sin número de espacios competitivos los cuales han generado cambios significativos en diversos sectores.

Todos los días son muchas las personas que hacen uso de Internet. Hay quienes se conectan para realizar operaciones comerciales, ponerse al día con la actividad mundial, averiguar el estado del tiempo, aprender sobre otros países, obtener información turística o comunicarse con familiares y amigos de distintas partes del mundo entre otras cosas. Ante tal lluvia de usos que se le da a dicho medio surge la idea de bombardear

el ciberespacio con infinidad de publicidad. ¿Pero en El Salvador cómo funciona esta nueva forma de hacer publicidad ?. La mercadotecnia de la publicidad en Internet, es enfocada a un punto específico y requiere de un estudio detallado de las costumbres del público al que irá dirigido, otro punto importante es conocer el comportamiento general de los usuarios y las tendencias de presentación de productos y consumo de estos mismos.

## **5.1 EVOLUCIÓN Y DESARROLLO DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET EN EL SALVADOR**

En El Salvador, aún no se ha desarrollado grandemente la publicidad en dicho medio pero hay que reconocer que el número de empresas que se anuncian en la red ha crecido considerablemente en el año 2000, si se compara con años anteriores.

En El Salvador la publicidad en Internet surge a mediados de los 90's. La publicidad cibernética originó espacios "físicos" de información almacenados en un servidor.

Dichos espacios de información pueden tener sonido, vídeo y efectos tridimensionales, los cuales hacen del sitio un perfecto spot publicitario.

Desde que se inició el concepto de "globalización" en el país, la publicidad ha estado acompañando cada uno de las fases de éste. Es por

ello que el desafío más grande será el proceso de planeación estratégica para generar un cambio significativo en los estilos de vida del consumidor. El desarrollo de la información, al igual que la tecnología aplicada a la creatividad, medios y servicio al cliente se deben orientar hacia la producción de mensajes publicitarios dirigidos a la acción y no al consumismo masivo. De aquí es donde se deriva un primer cambio en la forma de cómo se debe unir la publicidad con los adelantos tecnológicos galopantes en cuanto a moldear las actitudes y comportamiento del consumidor.

Durante la década de los 90 el crecimiento tecnológico revolucionó la era de las comunicaciones con todos los adelantos e instrumentos que beneficiaron las comunicaciones dentro de su rol social y comunicativo, el Internet, se ha convertido en muy poco tiempo en un nuevo medio de comunicación de masas ya que por su bajo costo y factibilidad las empresas hoy en día recurren a él, **"Un estudio realizado por International Data Corporation, da a conocer que para el año 2002 el crecimiento de ingresos por ventas en Internet crecerá en un 92,4% y el número de usuarios de Internet en todo el mundo será aproximadamente de 320 millones y de 1000 millones de usuarios para finales del año 2004"**<sup>14</sup> En cambio en El Salvador existen ciertas

---

<sup>14</sup> *Revista Latinoamericana de Comunicaciones CHASQUI*, pág.1 06/00

cifras que pueden aproximar el dato real en cuanto al número de usuarios de Internet, se calcula que este asciende a **"80 mil conexiones a Internet entre enlaces conmutados y dedicados, esta cifra se espera que se incremente con el lanzamiento de nuevos dispositivos de menor costo que permitan el acceso a Internet, como la web TV, teléfonos celulares con tecnología WAP, teléfonos fijos con acceso a Internet, PDA's, etc."**<sup>15</sup>

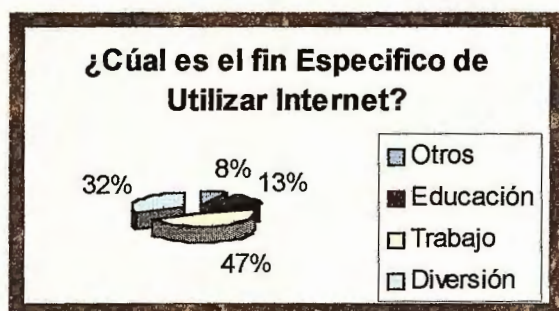
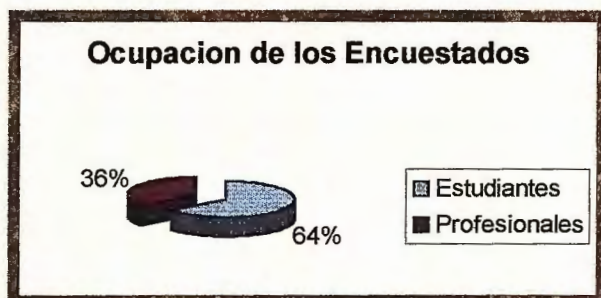
Con la llegada de Internet al país no sólo se abren las puertas a la información instantánea alrededor del mundo, ya que también se le ve como otro medio para dar a conocer los productos y servicios de determinadas empresas. De esta forma, la publicidad pasa a una nueva etapa, como lo ha venido haciendo desde el medio escrito hasta la era de la informática.

Como toda nueva tecnología Internet posee ventajas y desventajas en El Salvador, la mayor desventaja es la falta de acceso y conocimientos en la población, aun son muchas las personas que no han entrado a este novedoso mundo. Un estudio realizado por estudiantes de comunicaciones de la Universidad Don Bosco, durante 1999 revela que los usuarios de Internet son profesionales y estudiantes y el fin de su acceso es sobre

---

<sup>15</sup> *Revista empresarial QUORUM*, pág.16 06/00

todo trabajo y entretenimiento, tal como se muestra en la siguiente gráfica:



Fuente: Publicidad en los 90's: Internet como medio Publicitario

De dichos estudios se deduce que Internet como medio publicitario no es igual que un medio tradicional, ya que no estaría llegando a todos, pero según las empresas en estudio su objetivo principal es traspasar fronteras y ser reconocidos a nivel mundial. Siendo así, la publicidad en Internet, es rentable para los empresarios salvadoreños, sobre todo por que su costo es mucho más bajo que en los medios escritos así como también en radio y televisión.

En medios tradicionales como la radio resulta cómodo en cuanto a costos, llega a todos los rincones del país en cambio la televisión tiene

esta limitante y un spot está costando mucho más pero dicho medio se ve, se escucha y así se podría seguir enumerando la lista de alcances y limitaciones de este u otros medios.

Una de las limitantes de Internet como medio publicitario es que **"no lo controla una entidad individual, por tanto, tampoco se garantiza la seguridad (cuando compra con tarjeta de crédito por Internet)"**<sup>16</sup>. Y es lo que a veces mantiene a las empresas en duda, sobre todo aquí en El Salvador ya que son muchas las que se anuncian en la red pero pocas venden. Una de las empresas pioneras que se lanzó al comercio electrónico es Almacenes Simán.

Un punto de vista muy importante es el que da el Sr. Miguel Guevara (webmaster de la empresa Uno Rent a Car), con respecto a los problemas de Internet como medio publicitario: **"Hay leyes de como publicitar y vender en Internet (los sitios ponen sus reglas) hay cosas que funcionan y otras que no, en nuestro país el mayor problema radica en que no hay una masificación de Internet y tarjetas de crédito"**<sup>17</sup>. En países como El Salvador, la tecnología de Internet está en su fase inicial y como todo novedoso medio tiene sus pro y sus contra.

---

<sup>16</sup> F. Arens Williams, *Publicidad*, pág. 521

<sup>17</sup> Guevara, Miguel, Unorent a car

Las ventajas que se han tomado en cuenta, son las que se considera van acorde a la sociedad salvadoreña, una de ellas y quizá la más principal en cuanto a publicitarse en Internet según el Sr. Ricardo Peraza webmaster de la empresa Web informatica es, la presencia que están obteniendo las empresas que se anuncian en la red, el prestigio tanto a nivel nacional como internacional. Así también el poder llegar a personas específicas. Los usuarios buscan lo que les interesa. Otra ventaja es que es un medio verdaderamente interactivo. Las personas que accesan pueden ahondar en la búsqueda de información del producto o servicio que les interesa. La información es completa y exhaustiva. Las empresas de El Salvador poseen su propia página web donde se le brinda al usuario interesado información de principio a fin. Por Ejemplo **"Melher es una empresa salvadoreña, la cual posee su página web con información completa en la que se detalla diferentes secciones, tales como consultoría, servicios, home y la historia de la empresa"**<sup>18</sup>.

Audiencia enorme. En el país existe la posibilidad de traspasar las fronteras y ser reconocidos en otros lugares del mundo. Gran selectividad del mercado, la clave de esta ventaja es que los usuarios colocan una palabra en un determinado buscador y es ahí donde llegan los anunciantes en el momento preciso.

---

<sup>18</sup> Tomado de Internet, [www.melher.com](http://www.melher.com)

Como antes se menciona, todo medio posee desventajas a la hora de anunciarse, sobre todo, si se trata de tecnología en su fase inicial (tal es el caso de Internet). En El Salvador, las desventajas son mayores en comparación con otros países que adoptaron primero dicho medio, principalmente por que no se tiene conocimiento de esta herramienta. Entre las principales desventajas según el Lic. Jorge Pichinte, encargado del departamento de informática de la empresa DHL se tienen:

La poca accesibilidad. Internet no es un medio fácilmente accesible como radio, televisión y prensa. Por Ejemplo.

El alto costo del equipo de cómputo es todavía una limitante en la sociedad que se vive.

La falta de conocimientos para poder navegar en la red. Los usuarios saben a lo mínimo conectarse a Internet, pero las herramientas aún las desconocen.

Otra desventaja que las personas especializadas en el área de publicidad no han sido capacitadas para el manejo de esta en Internet ( la mayoría de personas que se desenvuelven en la creación de publicidad en Internet son Ingenieros o técnicos en sistemas de computación)

## **5.2 VÍAS DE ACCESO PARA LA PUBLICIDAD EN INTERNET**

Una de las vías para acceder a la publicidad en Internet de manera excepcional es sin duda la World Wide Web, ya que la mayoría de las

empresas optan por tener su propia página y de esta manera el usuario interesado puede interactuar con la información que le presenta una determinada empresa. En dicha página se da un despliegue gráfico muy atractivo: tipografía proporcional, fotografías, gráficos, incluso audio y vídeo.

Listservice: Esta es otra vía en la que se puede utilizar mensajes publicitarios. Un mensaje enviado de forma unidireccional, llega a través de E-mail a miles de ordenadores abonados a la lista.

### **5.3 TÉRMINOS MÁS UTILIZADOS**

Dado que en Internet se utilizan algunas palabras inglesas y otras que pertenecen al lenguaje propio de Internet a continuación se explica el significado de las más utilizadas en ésta investigación:

1. Ancho de banda: se refiere a la cantidad de información que se puede enviar a través de una conexión se mide en bits por segundo(bps). Una página completa de texto tiene alrededor de 16,000 bits.
2. Agencia Interactiva: agencia publicitaria que se especializa en crear anuncios para un medio digital interactivo como las páginas web por ejemplo.
3. Browser (buscador): también conocido como navegador es un programa utilizado para ver páginas web.

4. Banner: formato general de la publicidad en Internet que habitualmente adquiere un formato rectangular.
5. Cable-Módem: sistema de conexión con Internet que permite transferir directamente a la computadora datos de alta velocidad. Solo disponible para las compañías de televisión por cable que dan uno de los nuevos servicios de cable-módem.
6. Campaña Publicitaria: Un esfuerzo específico de publicidad en beneficio de un producto o servicio en particular. Se extiende durante un lapso de tiempo especificado.
7. Clic: cada vez que un usuario se sitúa encima de una función o botón y pulsa el botón del ratón para obtener más información.
8. Cookies: pequeños trozos de datos que entrega el programa servidor de HTTP, al navegar para que este lo guarde y de esta manera puede saber que hizo el usuario en la última visita.
9. Costo por Millar(CPM): designación común que describe el costo de llegar a mil personas de la audiencia de un medio.
10. Empresa de diseño en Web: estudio de arte computarizado con especialistas que conocen las complejidades de los lenguajes de programación HTML y Java, que saben diseñar anuncios y páginas web, rentables y de gran eficacia.

11. Empresas multinacionales: las que operan e invierten en varios países basando sus decisiones en recursos disponibles en todo el mundo.
12. Estrategia publicitaria: método que emplean los anunciantes para alcanzar sus objetivos de publicidad.
- 13 Host: literalmente anfitrión, en Internet se llama así a un computador conectado a la red que tiene su propio número IP y nombre de dominio y que sirve información a través de www.
14. Home Page: Página principal.
15. Link: Página adicional.
16. Medios electrónicos: radio y televisión, que pueden transmitirse electrónicamente a través de cables o enviarse a través del aire.
7. Medios digitales: canales de comunicación que conectan la lógica de los formatos de multimedia con las capacidades de los sistemas electrónicos y con los controles del teléfono, la televisión y las tecnologías actuales de computación.
8. Medios interactivos: sistema que permite al usuario controlar el contenido y el ritmo de la presentación y ordenar la mercancía directamente desde el sistema.

9. Medios interactivos digitales: canales electrónicos de comunicación-entre ellos, base de datos en línea, Internet, CD-ROM y quioscos independientes que permiten a la audiencia participar de forma activa e inmediata.
10. Mercado meta ( Target): segmento o grupo del mercado dentro del segmento al que se designarán las actividades de marketing.
11. Módem: dispositivo que adapta las señales digitales para su transmisión a través de una línea análoga(teléfono).
12. Páginas vistas: cada vez que un usuario accede a una página en Internet. Página principal: en la publicidad por Internet entrada virtual de un anunciante a información más específica sobre las compañías y sus productos.
13. Proveedor de servicios: forma de lograr acceso a Internet; se le contrata directamente.
14. Publicidad comercial: anuncio de bienes y servicios entre los intermediarios para estimular a los mayoristas y minoristas a que compren los bienes y servicios, para revenderlos a sus clientes o para su uso personal.
15. Publicidad institucional: tipo de publicidad que intenta despertar atención favorable para la empresa en general, no para un producto o servicio.

6. Publicidad en Internet (Definición operativa): es aquella que muestra los productos y servicios de una determinada empresa a través de un despliegue de gráficos virtuales de una forma interactiva.
7. Web: sitio o lugar en Internet.
8. Web TV: tecnología reciente que permite a los usuarios consultar la World Wide Web a partir de un televisor.

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO.**

La investigación en estudio es **DESARROLLO DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET EN EL SALVADOR**, por lo que al momento en que se determinó dicho tema, el primer paso ha sido consultar las definiciones de los términos sobre publicidad e Internet, la perspectiva teórica es el modelo sociocultural.

#### **1. SUJETOS:**

En la presente investigación se tiene como sujetos de estudio empresas que proveen Internet, empresas que diseñan o realizan publicidad para Internet y empresas que se anuncian por el Internet.

En cuanto a las empresas que proveen Internet se han tomado las siguientes:

- Empresa TELEFONICA
- Empresa NETCOM
- Empresa TELECOM
- Empresa TELEMovil

La razón por la cual se ha contado con estas es por la trayectoria en cuanto a la calidad del servicio y su reconocimiento nacional e internacional.

Así también las empresas que diseñan publicidad en Internet que han colaborado con la investigación son:

- Grupo Ejje
- Interpass
- Terra
- Web Informatica

La característica de estas empresas es el hecho de ser unas de las más prestigiosas en el país y su aportación y desempeño en el campo publicitario en cuanto a publicidad en Internet.

Por último las empresas que se anuncian por Internet, se han escogido por el muestreo aleatorio simple, valiéndonos de la guía telefónica del año 2000 – 2001 ya que en esta se presentan todas las empresas de El Salvador con sus respectivas direcciones electrónicas y correo electrónico. Se contabilizaron un total de 110 empresas de las cuales se eligieron aleatoriamente 20, bajo el criterio de accesibilidad. Pero de dicho número solamente 10 empresas se abrieron a la investigación con la limitante que de las 10 empresas una de ellas no pudo mostrar la página web, por problemas técnicos propios de la empresa, razón por la cual no se ha tomado en cuenta en el marco operativo (empresa Famensal). Entre las empresas en estudio se tienen: Uno rent a car, Las Dignas, Banco Cuscatlán, Famensal, Grupo Golan,

Melher, Ancalmo, DHL, Web informatica, Editoriales La Ceiba. (ver anexo # 1)

## **2. TÉCNICAS O INSTRUMENTOS:**

Las técnicas que se han utilizado para la recopilación de información son las siguientes:

Para recabar información existente sobre el tema nos auxiliamos de instrumentos como la entrevista estructurada, ya que por medio de ésta se han obtenido datos necesarios para la recolección de información, así también se ha recurrido al análisis de información empírica ( obtenida mediante un acercamiento con la realidad a través de entrevistas a informantes claves ) o indirecta proveniente de distintas fuentes como investigaciones o informes publicados en revistas, suplementos y periódicos.

### **▪ ENTREVISTA.**

Esta técnica se emplea fundamentalmente para captar información abundante y básica sobre el problema, se utiliza también cuando no existe suficiente material informativo sobre ciertos aspectos que interesa investigar o cuando la información no se puede conseguir a través de otras técnicas. En este caso las entrevistas se han realizado a personas

encargadas en diseñar publicidad en Internet, así como también las empresas que se anuncian.

- Grupo Eje. Sr. Juan Carlos Deras (ver anexos # 2)
- Web Informatica Sr. Ricardo Peraza ( ver anexos # 2)
- Terra Sr. Carlos Mejía (ver anexos # 2)
- Interpass Ing. Richard Osterude (ver anexos # 2)

## CAPÍTULO IV

### MARCO OPERATIVO.

Muchas empresas salvadoreñas pequeñas y medianas se han ido integrando en los últimos años en el mundo de Internet, para dar a conocerse y tener presencia en la red. Con la llegada de Internet al país, surgen los proveedores de servicio, las agencias de publicidad en línea y las empresas que quieren sus anuncios electrónicos. De esta forma permitiendo a los usuarios abrir una comunicación directa con los productos y servicios de su interés.

La publicidad por Internet permite llegar a un público más amplio, asimismo a todos los rincones del mundo, con alto poder adquisitivo.

#### 1. TIPOS DE PUBLICIDAD QUE SE CLASIFICAN EN INTERNET

Dentro de Internet se tienen varios tipos de publicidad, los más conocidos son:

**Sitios Web:** En El Salvador este es el tipo de publicidad que más predomina (ver empresas que se anuncian en Internet, pág. 65-71). Algunas empresas ven como un anuncio sus propios sitios web y en cierto modo lo es, ya que en este el cliente u otro interesado encuentra información no solo del producto o servicio sino también de la compañía en sí.

**Banner:** El banner es un pequeño anuncio que se extiende desde la parte superior o inferior de la página cuando con el punteo del ratón los usuarios hacen clic en el banner, este los envía a la página principal.

**Botones:** Los botones son pequeñas versiones de los banners, suelen ofrecer un enlace con la página principal del anunciante.

**Patrocinios:** Las empresas patrocinan secciones enteras de la página de un editorial o eventos especiales durante un periodo limitado.

**Intersticiales:** Se trata de un anuncio animado que aparece en la pantalla mientras la computadora descarga un sitio web sobre el cual el usuario ha hecho clic.

**Popups:** Son pequeñas ventanillas que se aparecen en la pantalla del usuario la cual invita abrirse y acceder a la publicidad de un "x" producto o servicio.

**Anuncios Clasificados:** En este se ofrecen oportunidades de publicidad clasificada; suelen contar con el apoyo de los banners de otros patrocinadores.

## **2. FUNCIONAMIENTO DE LA PUBLICIDAD EN INTERNET**

A primera vista, hacer publicidad en Internet puede lucir como una simple y lógica extensión de la publicidad que se hace tradicionalmente por otros medios. Como ocurre con los avisos de prensa o las cuñas

televisivas, los anunciantes de Internet pagan por el privilegio de llevar su mensaje a la audiencia de un sitio en el Internet.

Sin embargo se verán algunas diferencias fundamentales entre publicitar en Internet y hacerlo por medios tradicionales. Estas diferencias tienen un efecto dramático en sitios de Internet que venden publicidad y en quienes adquieren anuncios en esos sitios.

El Internet funciona de una forma distinta. En lugar de adquirir una parte de la atención de la audiencia total, los anunciantes de Internet compran una parte de la audiencia en sí. Si se adquiere 100.000 vistas en un sitio, eso es precisamente lo que se recibirá. No importa cual sea el total de vistas de ese sitio, el anuncio llegará sólo a las 100.000 personas por las cuales se pagó.

Los sitios de Internet venden vistas, no a la audiencia total. Por Ejemplo, si se compra 100.000 vistas en un sitio que despacha un total de un millón de vistas, el 90% de los visitantes del sitio nunca verán el anuncio.

En la publicidad por Internet, el patrocinador crea una fachada frontal virtual de su negocio, llamada página web, o coloca un anuncio espectacular en la página de otro patrocinador. Cuando los espectadores oprimen ciertos botones en la página de inicio, despliega otra página con

información más completa sobre la compañía, sobre sus productos, sobre sus políticas.

### **3. EMPRESAS QUE PROVEEN SERVICIO DE INTERNET EN EL SALVADOR**

Con el empleo de la publicidad en Internet las empresas salvadoreñas han tenido que implementar nuevas y novedosas herramientas para el desarrollo de esta, con ayuda de tecnología de avanzada en cuanto a comunicaciones e Internet se refiere, esto ha venido a contribuir para el país en un crecimiento tecnológico que años atrás no se hubiese imaginado nadie, ya que con la llegada de las nuevas tecnologías a la sociedad, esta ha venido revolucionado el campo de los medios de comunicación y de las empresas dedicadas al servicio de telefonía fija, ya que han sido las encargadas en proporcionar lo que hoy en día se conoce como servidor o proveedor del servicio de Internet, es por medio de la línea telefónica que se brinda dicho servicio; aunque hace aproximadamente un año ya se puede tener el acceso a Internet por medio de fibra óptica, pero aún es escaso en El Salvador.

La utilización o implementación de brindar el servicio de Internet, se traduce a cambios en el sistema educativo, deben existir instituciones o entidades especializadas en la capacitación u orientación de carreras

dedicadas a este campo para la perfección de esta rama en un futuro no muy lejano, al igual que la capacidad del estado y empresas privadas en la obtención de equipo necesario para dar al público o interesado un servicio de calidad.

Hace algún tiempo, conectarse a Internet era un privilegio de pocos. No era fácil encontrar proveedores de dicho servicio en El Salvador, además su costo era elevado. Hoy en día se encuentra más al alcance de los interesados en comparación de años atrás. Entre las empresas más conocidas en El Salvador que proveen servicio de Internet se tienen: Telecom., Telefónica, Terra, Telemovil, Netcom, Saltel, Salnet, Gbnet, Grupo Ejje, Newcom, Cyttec.

En los últimos dos años han surgido muchos proveedores de acceso a Internet, lo que ha aumentado la disponibilidad de conexión mediante líneas telefónicas locales. De esta forma los usuarios no incurren en cargos excesivos por llamadas de larga distancia.

Algunas de las redes que forman parte de la Internet son: colegios, universidades, bibliotecas, empresas privadas, agencias gubernamentales y grupos de intereses especiales.

¿Qué es un proveedor de servicios?. **"Proveedor de servicios de Internet se refiere a una empresa que proporciona conectividad con**

**Internet. Su labor consiste en mantener una gran red que conecta directamente con Internet"**<sup>19</sup> . Lo único que necesita el usuario para conectarse a la red es una computadora y un módem.

Asimismo, el proveedor de servicios además de brindar el acceso directo a Internet, algunos de ellos brindan el servicio de "Webhosting" a las empresas que lo soliciten, esto consiste en la renta de espacio en un servidor de alto rendimiento para que todo el mundo pueda acceder a la página. Para ello se necesita la creación de una página web donde se requiere la elaboración de textos y gráficos apropiados de acuerdo a la imagen que se desea transmitir de la empresa, de los servicios o productos que esta ofrece, toda la información es guardada en archivos HTML.

Una vez creados los archivos HTML, es necesario ponerlos en un servidor de Internet que consiste en una computadora de muy alto rendimiento con una conexión de muy alta velocidad y ancho de banda a la columna vertebral de Internet, con esto cualquier persona que posea la URL ó dirección de Internet puede acceder a su página.

Se ha realizado un diagnóstico a cuatro compañías que proveen servicio de Internet las cuales tienen diferencias y algunas similitudes.

Las alternativas para conectarse a Internet están a disposición de todos .Por Ejemplo:

---

<sup>19</sup> Honeycutt, Jerry, *Interne paso a paso*, pág. 4

**TELECOM**, ofrece a la persona interesada que posee equipo de cómputo los planes establecidos por la compañía (ver anexo # 3), esto en cuanto a proveer Internet a nivel de usuario si una persona desea Internet en su residencia o pequeño negocio, así también sino posee PC, la empresa le brinda la computadora con solo navegar 2 horas y media diarias cancelando 18 cuotas de ¢500 más un plan que el cliente elija.

Asimismo Telecom, presta el servicio de webhosting; contando para ello con tres planes diferentes, Webhosting Premiun, Webhosting Plus y el Webhosting básico, (ver anexo #4 ) cada uno respectivamente posee una serie de características que van de acuerdo a las necesidades y exigencias del cliente, el 1º de estos va dirigido sobre todo a grandes empresas que tienen como expectativas algo más que brindar o dar información en su página web (site web) de igual manera al conectarse con la página principal se encuentra toda una serie de servicios extras que dicha compañía ofrece entre ellos las páginas amarillas en Internet, este nuevo servicio es actualizado periódicamente y es una gran alternativa para promover cualquier producto o servicio en la red. Ciertas empresas a pesar de dar información y dar a conocer a los cibernautas, les brindan toda una serie de servicios extras, como noticias, espectáculos, chat, horóscopo, etc. En fin toda una gama de entretenimiento además de conexiones directas con otros lugares a estos

sitios se les llaman **"PORTALES"**. De igual manera Telecom. en su portal ofrece toda una gama de beneficios para los navegantes como información general de la compañía y todo lo relacionado con los servicios que esta pone a disponibilidad del cliente (ver anexo # 5 )

Telecom, mediante su página principal muestra una serie de publicidad de empresas salvadoreñas que han decidido tener el hosting con ellos, este es uno de los primeros pasos para llegar a la publicidad en Internet.

#### **TELEMOVIL:**

Apartir del 8 de septiembre de 1998, Telemovil ofrece "Internet gratis con Telemovil" en donde no hay necesidad de contratos ni existe límite de horas para navegar por Internet, lo único que se necesita es un "Kit de navegación de Telemovil" el cual puede obtenerse en cualquiera de las sucursales de la empresa o enviando un correo electrónico a la dirección telemovil.com; este paquete contiene un CD o un disquete de instalación acompañado de una tarjeta con el # de usuario y el password , el acceso a Internet es por medio de línea fija.

Existe una variedad de planes para la conexión de Internet dedicado tales como :

- Navegando por un límite de 2 horas y media diarias, haciendo un total de 70 horas mensuales la computadora es totalmente gratis, cargando el consumo telefónico a la compañía con quien se tiene la línea telefónica.
- Si se navega un promedio de (0 - 10 horas) el pago mensual por la PC será de ¢499, por la navegación de (11 - 20 horas) una cuota mensual de ¢399; de acuerdo a las horas de navegación así se estipula.

Una característica del servidor de Telemovil, es que si el usuario o interesado tiene teléfono celular de dicha empresa, este puede tener Internet en su teléfono, ya que con tan solo configurarlo marcando \*999, se obtendrá el password y el número de usuario será el mismo número de teléfono celular.

Telemovil de igual manera presta servicio de webhosting y diseño de este, para ello cuenta con tres(3) planes diferentes cada uno de ellos con ciertas características (ver anexo #6) en cuanto al diseño de página web Telemovil pone a disposición de sus clientes las siguientes cotizaciones(ver anexo #7).

## **TELEFÓNICA MULTISERVICIOS.**

La empresa Telefónica multiservicios, ha estado ejerciendo sus funciones en el país desde el año de 1997 brindando al público servicios de calidad relacionados con telefonía celular y por hoy Internet.

El servidor de Telefónica, Integra; es un poco diferente al de las otras empresas ya que se tiene Internet, teléfono, cable tv todo a través de un solo cable y con una sola factura y una línea telefónica adicional sin costo alguno, con todos los servicios digitales incluidos.

Telefónica a firmado un convenio con SALTEL que es la empresa que ofrece el servicio de cable, estos cablean por medio de una caja receptora y distribuidora con cable coaxial, que es por donde se recibe la conectividad de Internet, cable de t.v. y telefonía; el equipo que estos utilizan es un cable UTP, conectado a una tarjeta que se instala en la maquina, esta la puede proporcionar la empresa en caso que no se tenga ya incluida en el equipo de cómputo. Telefónica posee redes fijas y redes móviles, estos le cancelan a Telecom., el uso de la red, aproximadamente (0.15)centavos de colón.

Telefónica multiservicios, es sin duda la empresa que esta más a la vanguardia de la tecnología en cuanto a proveedores de Internet, ya que ofrece el servicio de cámara virtual la cual facilita que se de la videollamada, una de las limitaciones de dicha tecnología es que para que

se ejecute los dos usuarios deben poseer Integra ya que de no ser así no se podría efectuar la comunicación.

Asimismo Telefónica, brinda el servicio de acceso a Internet a grandes, medianas y pequeñas empresas, para estas dos últimas existe un departamento encargado denominado PYMES(servicio para pequeña y mediana empresa) en donde se da desde el equipamiento, elaboración y diseño de la red para toda la empresa, este será de acuerdo al tipo de maquinas(PC) y el tipo de red que se solicite.

Para la ejecución de estos planes se cuentan con cuatro(4) grandes grupos en donde la necesidad de cada una de las empresas que lo requieren podrá elegir el de su mayor conveniencia:

- TECNO 1 ancho de banda 128 mb
- TECNO 2 ancho de banda 156 mb
- TECNO 3 ancho de banda 128 + IP (dirección propia)
- TECNO4 ancho de banda 156+ IP

El diseño y elaboración de webhosting es otro servicio prestado por Telefónica, el cual se empezó a emplear a partir del año 2000, contando con un equipo especializado de diseñadores gráficos para la creación y desarrollo de estos, asimismo se cuenta con la creación de publicidad en Internet para grandes y para los PYMES, los costos en cuanto al alojamiento son los siguientes:

- ¢461 Webhosting(espacio que se le da al cliente para que coloque la página web) 10 megabyte
- ¢326 Mantenimiento mensual de la página.

Entre las proyecciones, se tienen en mente la creación de una tienda virtual en compañía con la cámara de comercio del Salvador, según la Ing. Maria Griselda Rodriguez, esta última será la encargada en regular las transacciones comerciales.

### **NETCOM.**

Netcom S. A de C.V. es una empresa de múltiples actividades que nace en 1996, ofreciendo servicios de conectividad conmutadas y dedicadas a la red de Internet, aplicaciones de comercio electrónico como webhosting y de uso corporativo como web mail, web print, web banking así como la implementación de productos de telefonía.

Netcom, se divide en cinco(5) grandes departamentos desarrollando en cada uno de ellos lo más avanzado en aplicaciones y programas referentes con Internet:

- Comercio electrónico
- Desarrollo de software
- Departamento de líneas conmutadas
- Área de redes
- ISP

Los departamentos están segmentados para brindar soluciones integrales a los problemas de comunicaciones de una empresa globalizada. La conectividad y asesoría de Netcom, a Internet es específicamente a empresas comerciales o institucionales, este trabaja con un equipo muy sofisticado e innovador; debe aclararse que esta empresa no realiza o diseña páginas HTML.

#### **4. EMPRESAS QUE ELABORAN PUBLICIDAD EN INTERNET.**

En El Salvador existen varias empresas que realizan publicidad en Internet, algunas son agencias de publicidad, otras se denominan casas de diseño de página web.

Generalmente la agencia de publicidad es un equipo independiente de creativos y hombres de negocio que se especializan en desarrollar y preparar planes de marketing y publicidad, u otras herramienta promocionales. La agencia compra espacio y tiempo en varios medios a favor de anunciantes (sus clientes) para encontrar quien compre sus bienes y servicios. ¿Pero cómo en realidad funciona la publicidad en Internet que realizan empresas salvadoreñas? ¿se aplica la misma definición en Internet?; según las empresas en estudio, no todas son

agencias, ya que en este contexto surgen dos tipos: agencia de publicidad en Internet y casas de diseño de página web.

Las agencias de publicidad en Internet son empresas innovadoras, especializadas en la creación de publicidad divertida, interesante y rica en información a través de la red. Asimismo están las casas de diseño de página web, estas contratan especialistas que conocen la complejidad de los lenguajes de programación HTML y java, además que pueden diseñar anuncios y páginas de Internet eficaces y rentables. Por Ejemplo: Grupo ejje se considera una casa de diseño de página web y por otro lado la empresa Interpass se autodenomina agencia de publicidad en Internet.

Actualmente, existen en el país alrededor de 14 empresas dedicadas a la producción de sitios web o publicidad en Internet.

Entre las empresas más conocidas, que realizan publicidad en Internet del país se tienen:

Grupo ejje, Webnet de El Salvador, Vianet, Telecamnet, Presencia, Net Estudio, Genesis Technologies, Docuweb de El Salvador, VirtualNet.S.A de C.V., Terra, Telefónica, Telemovil, Web Informática, Promarketing, IMM Publicidad, Cyttec de El Salvador.

De las empresas antes mencionadas se han tomado cuatro, las cuales son: Terra, Interpass, Grupo ejje, y Web Informática. Los datos obtenidos de estas son los que han contribuido a conocer el funcionamiento, las ventajas y desventajas, características entre otras cosas, en torno a la publicidad en Internet de El Salvador.

Las empresas que realizan publicidad en línea empezaron a hacer su aparición aproximadamente en el año de 1996 es en éste que surge Grupo ejje, luego en 1997 nace Web informática, para 1998 la lista de éste tipo de empresas ya cuenta con un número significativo es en éste año que se origina Interpass ya para el año 2000 interviene Terra, una empresa Internacional que viene a desarrollar publicidad en línea para el País.

El servicio de publicidad en la red lo promueven de diferentes formas. Cabe resaltar que no han dejado del lado los medios tradicionales a la hora de promoverse. Entre los medios de los cuales se valen se tienen:

- Radio
- Prensa
- Reuniones cliente-agencia
- Sitios web, banner
- Directorio telefónico
- Revistas

El funcionamiento de la publicidad en Internet es bastante amplio en El Salvador esta se da de la siguiente manera:

El cliente se acerca a la agencia de publicidad, luego de haber tenido conocimiento previo de ésta en cuanto a lo que le interesa, dicho cliente provee sus ideas e información necesaria al webmaster y de ésta forma crearle su publicidad, todos los involucrados trabajan en conjunto y orientan al cliente en los diferentes tipos de publicidad ( banner, website, botones, etc.), sitios o lugares estratégicos donde pueda encajar dicha publicidad. Los diseñadores le darán forma al mensaje que se verá en la red, incluyendo texto, audio (algunas veces), imágenes, colores, etc. ) de manera atrayente. Todo éste proceso tiene diferentes costos dependiendo del tipo de publicidad (ver anexo #8).

Los paquetes más comunes para el diseño de publicidad en Internet son: Front page, Java script, Frame, Flash, HTML, Drumbeat 2000.

Las características que debe poseer un anuncio online es que estos deben ser comprensibles, confiables y acordes a la cultura de quien los reciba, asimismo dependerán del tipo de campaña así como también de la empresa anunciante. Por Ejemplo, si se tratara de fijación de marca debe tener logo y palabras que lo identifiquen, lo más adecuado es que utilice

el banner. Otra característica esencial es que tiene que ser concreta, es decir tener los elementos principales y que la página sea liviana ( una página con mucho peso aburre o desespera al usuario). Pero lo más importante es contenga los medios atractivos al ojo del público objetivo que va dirigido.

En El Salvador, la publicidad que predomina en Internet, es la página web o website; ya que en esta se brinda información completa sobre la empresa o institución. Dando a conocer servicios, historia, objetivos, filosofía, etc.(ver anexo #9).

Según las empresas en estudio, las ventajas pesan más que las desventajas.

Ventajas:

- Segmentación del público objetivo, según perfil, gustos, ubicación, hábitos de navegación, horario de conexión.
- Pre-testeo de creatividad y de ubicación de los mensajes, antes de la realización de una campaña.
- Seguimiento y evaluación de la campaña en tiempo real, con posibilidad de modificaciones y ajustes en tan solo horas de acuerdo a la evolución y resultados de ésta.

- Estudios detallados, planes específicos y personalizados según los objetivos de comunicación.
- Darse a conocer a nivel mundial.
- Tener presencia en la red

Las desventajas que dichas empresas ven es más a nivel nacional que internacional, en el país el mayor problema radica en que las personas tienen poco acceso a éste medio, ya sea por que la persona no posee los conocimientos necesarios y la falta de un equipo de PC.

Entre las agencias de publicidad en estudio, estas afirman que no cuentan con una estrategia específica para dicha publicidad, pues es el cliente el que se acerca y delimita sus públicos objetivos, entre algunas de las estrategias de tráfico comercial está el hacer registros en los motores de búsqueda que son sitios web con base de datos de las direcciones de sitios web por categoría a nivel internacional como Altavista y Yahoo, y a nivel local [www.cipotes.com.sv](http://www.cipotes.com.sv) y [www.guanacos.com](http://www.guanacos.com) , de igual manera una de las principales estrategias publicitarias es la de colocar banners en sitios de mayor tráfico la agencia se encarga del diseño y puede sugerir los lugares idóneos para colocar el producto o servicio.

Según las agencias de publicidad en estudio se dan diferentes métodos para la realización de campañas en línea, la más común es que primero se contacten a las empresas a través de seminarios o conferencias cliente-agencia, envíos de correo electrónico especificando los servicios que estas ofrecen a la hora de publicitar en la red, por recomendación de empresa a empresa, y sin dejar al lado cuando el cliente llega por cuenta propia a la agencia.

Teniendo ya al cliente con la petición de colocar su producto o servicio en Internet, las agencias proceden de la siguiente manera:

- Si se trata de un web site el cliente debe facilitar toda la información de su empresa que desee aparezca en la web.
- De igual forma se procede si se trata de un fullbanner que lleva la página web
- Para fijación de marca los encargados de publicidad en Internet recomiendan el banner.

Al momento que se define una publicidad para Internet la estrategia se elabora para un lapso de 6 meses en donde esta debe de pasar por tres(3) etapas primordiales las cuales son:

### **ETAPA DE LANZAMIENTO:**

Es donde el web site o banner es puesto en la red, por un periodo de 1-2 meses, en donde el navegante puede observar un serie de mensajes que lo incitan a conocer el nuevo sitio.

### **ETAPA DE MANTENIMIENTO.**

En esta etapa se le da una renovación periódica al sitio o banner, de acuerdo al interés del cliente, una de las ventajas de la publicidad en línea es que al momento en que el anunciante desee hacer cualquier tipo de cambio este se produce casi de inmediato, el anuncio publicitario permanece en esta etapa por un tiempo estipulado de 1-3 meses.

### **ETAPA DE PENETRACIÓN:**

Esta etapa se produce únicamente si el cliente lo desea, y se da para dar a conocer de forma más directa e interna el producto o servicio que oferta a un público más específico y directo, ya establecido por el cliente, la empresa o agencia que produce la publicidad, es la encargada de sacar a este grupo objetivo (target), la forma de conocer a un determinado grupo objetivo es por medio de la base de datos de un determinado servidor de correo gratuito, al momento que el usuario se inscribe para la obtención de una cuenta de correo, este debe de llenar un formulario(ver

figura 1-2) en donde el servidor le pide que introduzca sus datos personales tales como: Nombre completo, fecha de nacimiento, ocupación, lugar donde reside, gustos, etc. Y de esta manera se va haciendo un perfil del consumidor.

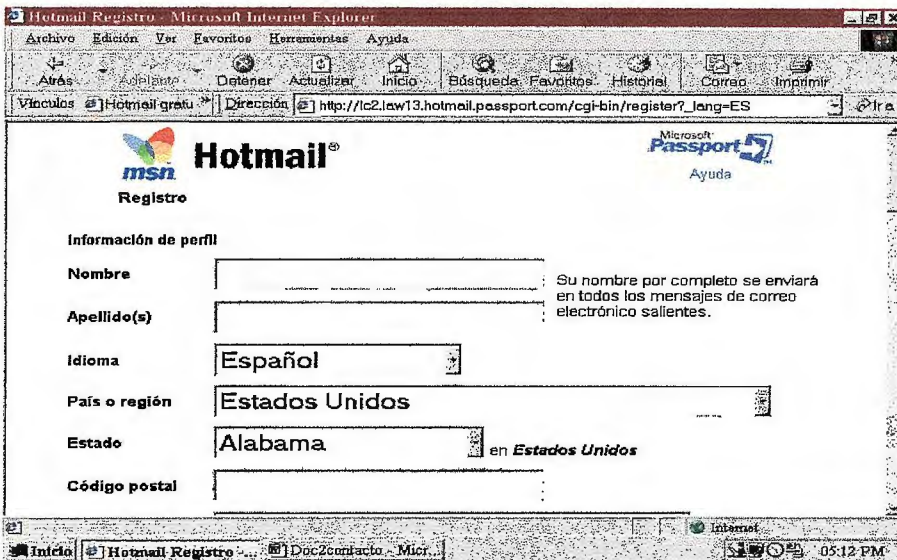


Figura # 1

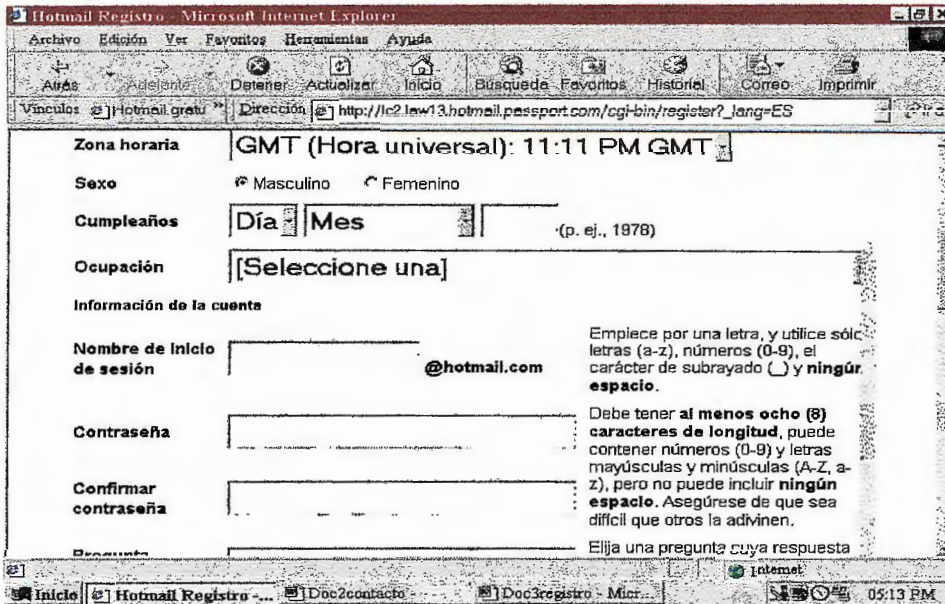


Figura # 2

Teniendo determinado al público objetivo, se comienza el envío de todas las diferentes promociones que van de acuerdo al perfil del grupo que se busca a este se le denomina clientes potenciales, ya que según sus características son posibles compradores.

Hay agencias que antes de diseñar una publicidad en Internet realizan estudios previos para recomendarle al cliente donde puede ir su anuncio, existen ciertos programas que tienen la facilidad de acceder a datos tales como: lugar y hora de donde se conecta el usuario, sitios que busca, estos son algunos indicadores que de una u otra forma sirven de

estrategia para conocer donde colocar el producto o servicio de los interesados.

Hay agencias que se dedican hacer estudios previos para colocar la publicidad online, ya que las personas que se conectan a la red están en lugares específicos. Por Ejemplo, en una determinada página entraron 60 personas, se recolectan datos como la hora que se conectaron, desde que lugar, etc. De esta manera se va haciendo una idea del perfil de esos usuarios y es ahí donde se observa si se introduce un producto o no .

El precio promedio por hoja electrónica es de \$50.00 (¢437.50, aproximadamente ) y el costo final del sitio web dependerá del número de hojas electrónicas que el sitio tenga, como del diseño gráfico, de los servicios electrónicos que se adjudicarán, formularios de captura de información , juegos y presentaciones multimedia, el tiempo promedio de producción es de 15 días para terminar un anuncio, ya que es el mayor requerimiento para poder reunir toda la información deseada.

Las pautaciones de los sitios web son totalmente flexibles; ya que a diferencia de los spot de televisión y radio estos pueden sufrir cambios de texto y forma, el costo de pauta en la red es totalmente económico aproximadamente unos \$10.00 (¢87.50 ) por cada Mb, de espacio

utilizado, donde cada Mb, de espacio alcanzado puede almacenar alrededor de 7 a 12 hojas electrónicas.

#### **4.1 ASPECTOS A TOMAR EN CUENTA PARA HACER PUBLICIDAD EN INTERNET.**

Según el Lic. Marvin Flores, consultor de mercadeo de Interpass hay tres aspectos principales a la hora de hacer publicidad:

- **Página Principal:** es la primera impresión que le dará a su visitante y esta deberá estar bien organizada para facilitar la navegación a la demás información recordando siempre que el navegante selecciona que información desea leer, por lo que esta página incidirá en las probabilidades de que sus visitantes decidan concentrarse en sus clientes.
- **Interactividad;** es muy importante pues su fin principal es abrir la línea de comunicaciones entre la compañía y las personas o empresas de todas partes del mundo.
- **Contenido.** El contenido de su sitio web, debe ser interesante a su mercado objetivo a la vez debe ser dinámico para asegurarse que la gente tenga razones de regresar y pueda generar vistas.

## **5. EMPRESAS QUE UTILIZAN PUBLICIDAD EN INTERNET**

Las comunicaciones dentro del contexto social busca ubicar el fenómeno comunicativo en la gestión estructural de la sociedad expandiendo así las ideas que contribuyen a la formación de los diferentes grupos sociales; un punto de partida es que la sociedad a pesar de los cambios tecnológicos tan acelerados y el afán por mejorar los niveles de desarrollo, las personas tienden a decrecer o por lo menos a retroceder ya que mientras se hace más frecuente el uso del desarrollo tecnológico cada vez más se pierde la interrelación de los hombres.

El impacto de los avances tecnológicos dentro de una sociedad, afectan a todos los sectores que la conforman; las comunicaciones es un campo que se ha abierto a todas estas incorporaciones tecnológicas dando paso a una nueva forma de hacer publicidad.

Los inicios de la publicidad en Internet en El Salvador, datan desde 1994; cuando nace la inquietud por empresas nacionales en poseer el correo electrónico o E-mail, para mantener un contacto más directo con sus clientes u otros interesados; en ese momento eran un número limitado

de empresas que poseían su cuenta por correo ya que este concepto era aún desconocido por una gran parte del país,.

El auge de la publicidad en Internet en las empresas objeto de estudio comenzó aproximadamente en 1997. Actualmente en El Salvador se cuenta con más de 100 empresas que se anuncian en Internet el objetivo principal de publicitarse en Internet ha sido para darse a conocer a nivel mundial o internacional, y no solo en el lugar en que esta radicada la empresa, ya que por ser éste un medio que llega a todos los rincones de la tierra, la concentración de clientes potenciales se hace mayor.

Asimismo, se están promoviendo las actividades y servicios que estas ofrecen y de esta manera la inquietud por la nueva tecnología hace que las empresas vayan a la vanguardia. Entre las empresas de El Salvador que se anuncian en Internet se tienen:

Asimex (agencia aduanal)	<a href="http://www.cepasal.com">www.cepasal.com</a>
<a href="http://www.asimex.com.sv">www.asimex.com.sv</a>	Grupo Golán (Electrónica)
OPA, S.A. de C.V. (aduana)	<a href="http://www.grupogolan.com">www.grupogolan.com</a>
<a href="http://www.opa.com.sv">www.opa.com.sv</a>	Almacenadora Salvadoreña
Cepa (Aeropuerto Internacional de El Salvador)	<a href="http://www.almasal.com">www.almasal.com</a>
	Uno rent a car

[www.unorent.com](http://www.unorent.com)

Tuvo

[www.sisproy.com](http://www.sisproy.com)

Banco Cuscatlan

[www.bancocuscatlan.com](http://www.bancocuscatlan.com)

Banco Agrícola

[www.bancagricola.com](http://www.bancagricola.com)

Banco Credomatic

[www.credomatic.com](http://www.credomatic.com)

UNIBANCO

[www.unibanco.com.sv](http://www.unibanco.com.sv)

DIBICESA

[www.dibicesa.com](http://www.dibicesa.com)

Inmobiliaria Mi Casa

[www.micasa.com.sv](http://www.micasa.com.sv)

Termoenergibles

[www.termo.com.sv](http://www.termo.com.sv)

Bordaba

[www.abba.com.sv](http://www.abba.com.sv)

Televip

[www.televip.com.sv](http://www.televip.com.sv)

ISERDEC

[www.insertec.com](http://www.insertec.com)

Grupo Agrisal

[www.agrisal.com/rensica](http://www.agrisal.com/rensica)

ST. Jacks

[www.stjacks.com](http://www.stjacks.com)

Royal Antillas Air

[www.antillasir.com](http://www.antillasir.com)

Los Andes Corporación

[www.triosandes.com](http://www.triosandes.com)

AFC

[www.americanfastcargo.com](http://www.americanfastcargo.com)

Politrán El Salvador. S.A. de C.V.

[www.politrans.com](http://www.politrans.com)

Saltel

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

Telemovil

[www.telemovil.com](http://www.telemovil.com)

Jardines del Recuerdo

[www.jardinesdelrecuerdo.com.s.v](http://www.jardinesdelrecuerdo.com.s.v)

Cerrajería San Martín S.A. de

C.V.

[www.bcity.com/san\\_martin](http://www.bcity.com/san_martin)

Hy Stik de Centroamérica S.A. de

C.V.

[www.hystik.com.mx](http://www.hystik.com.mx)

Constru Market

[www.construmarket.com](http://www.construmarket.com)

Terra

[www.terra.com.sv](http://www.terra.com.sv)

CONSISA

[www.consisa.com](http://www.consisa.com)

Millenion Consulting

[www.mildenniumc.com](http://www.mildenniumc.com)

SEFISA

[www.sefisa.com](http://www.sefisa.com)

Computer Supermarket

[www.member.xoom.com/computer](http://www.member.xoom.com/computer)

mark

Lanier

[www.lanieres.com](http://www.lanieres.com)

SINSA Sistemas Integrados

[www.sinsa.com](http://www.sinsa.com)

Sistemas C & C

[www.sistemascc.com](http://www.sistemascc.com)

FASOR, S.A. de C.V.

[www.ingeups.com](http://www.ingeups.com)

Lupp

[www.lupp.com](http://www.lupp.com)

Rensacentro

[www.ventacentro.com](http://www.ventacentro.com)

PROASA de C.V.

[www.proasa.com](http://www.proasa.com)

Preselección Empresarial

[www.preseleccion.com](http://www.preseleccion.com)

MELHEL

[www.wlsalvadoreasi.com/desal](http://www.wlsalvadoreasi.com/desal)

Distribuidora SFEINER S.A. de  
C.V.

[www.gruposteiner.com](http://www.gruposteiner.com)

Negocios Internacionales

[www.negociosinternacionales.com](http://www.negociosinternacionales.com)

FASOR, S.A. de C.V.

[www.mgwps.com](http://www.mgwps.com)

Geotérmica Salvadoreña

[www.gesal.com](http://www.gesal.com)

DHL

[www.dhl.com](http://www.dhl.com)

PROCREDITO

[www.procedito.com.sv](http://www.procedito.com.sv)

DICOM EQUIFAX

[www.dicomequifax.com.sv](http://www.dicomequifax.com.sv)

TNT

[www.tnt.com](http://www.tnt.com)

Transexpress

[www.transexpress.com](http://www.transexpress.com)

UPS

[www.ups.com](http://www.ups.com)

Montañas de Fuego

[www.mfe.com.sv](http://www.mfe.com.sv)

Editoriales la Ceiba S.A. de C.V.

[www.laceiba.com.sv](http://www.laceiba.com.sv)

Hilti Electrama, S.A. de C.V.

[www.hilti.com/lat](http://www.hilti.com/lat)

CSH S.A. de C.V.

[www.csh.com.sv](http://www.csh.com.sv)

General de Equipos

[www.general\\_de Equipos.com](http://www.general_de Equipos.com)

TERMOENCOGIBLES, S.A. de  
C.V.

[www.termoencogibles.com](http://www.termoencogibles.com)

Internacional Bonded Couriers

[www.ibeine.com](http://www.ibeine.com)

Fertica

[www.fertica.com](http://www.fertica.com)

PROMSA

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

Fondo Social Para la Vivienda

[www.fsv.gob.sv](http://www.fsv.gob.sv)

Coccó Decoraciones y Accesorios

[www.cocco.atfreeweb.com](http://www.cocco.atfreeweb.com)

Gas

[www.grueta.com](http://www.grueta.com)

Rivera Unidos RS

[www.maritorivera.com](http://www.maritorivera.com)

Apartamentos Victoria

[www.av.centroamerica.com](http://www.av.centroamerica.com)

Hotel Alameda

[www.hotelalameda.com](http://www.hotelalameda.com)

Hotel y Restaurante "Santa  
Leticia"

[www.coffee.com.sv](http://www.coffee.com.sv)

Cutler de Centro América

[www.guiacentroamericana/cutler.h  
tm](http://www.guiacentroamericana/cutler.htm)

Web informática

[www.webinfo.com.sv](http://www.webinfo.com.sv)

Laboratorios clínicos Max Bloch

Álvarez Alemán

[www.mazbloch.com](http://www.mazbloch.com)

Ancalmo Internacional

[www.alcalmo.com](http://www.alcalmo.com)

Laboratorios Paill. S.A. de C.V.

[www.paill.com](http://www.paill.com)

Librería UCA

[www.uca.educ.sv/librería/librería.htm](http://www.uca.educ.sv/librería/librería.htm)

Copa Airlines

[www.copaair.com](http://www.copaair.com)

IVAN S.A. de C.V.

[www.ivan.com.sv/](http://www.ivan.com.sv/)

EMASAL

[www.emasal.com.sv](http://www.emasal.com.sv)

FAMESAL, S.A. de C.V.

[www.salnet.net/famensal](http://www.salnet.net/famensal)

DIDELCO, S.A. de C.V.

[www.didelco.com.sv](http://www.didelco.com.sv)

Innovación Oficinas productivas

S.A. de C.V.

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

Sweet's

[www.sweetsbakerq.com](http://www.sweetsbakerq.com)

La Panetiere

[wwwg.elna.com/lapanetiere](http://wwwg.elna.com/lapanetiere)

La Prensa Gráfica

[www.laprensa.com](http://www.laprensa.com).

Protecto

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

Info Red

[www.infored.com.sv](http://www.infored.com.sv)

MCCANN- ERICKSON

[www.mcann.com.sv](http://www.mcann.com.sv)

CQS, Centro Químico de El Salvador S.A. de C.V.

[www.hollandchemical.com](http://www.hollandchemical.com)

Transmerquin de El Salvador S.A. de C.V.

[www.transmerquin.com](http://www.transmerquin.com)

Radio Mil80

[www.mil80.com.sv](http://www.mil80.com.sv)

Soler & Palau

[www.soler-palau.com](http://www.soler-palau.com)

Marenco Ventiladores

[www.marencoveventiladores.com](http://www.marencoveventiladores.com)

Ventanas Modernas

[www.ventanasmodernas.com](http://www.ventanasmodernas.com)

Euro Perfiles

[www.buidnet.es/kommerling/](http://www.buidnet.es/kommerling/)

Universidad Francisco Gavidia

[www.ufg.edu.sv](http://www.ufg.edu.sv)

Universidad Politecnica de El Salvador

[www.upes.edu.sv](http://www.upes.edu.sv)

Los Andes Corporación

[www.triosandes.com](http://www.triosandes.com)

Maersk Sealand

[www.maersksealand.dk](http://www.maersksealand.dk)

Seaboard Marine

[www.vape.com.sv](http://www.vape.com.sv)

Transportes Ballesteros

[www.ballesteros.com.sv](http://www.ballesteros.com.sv)

Politrans El Salvador, S.A de C.V.

[www.politrans.com](http://www.politrans.com)

King Quality

[www.king-quality.com](http://www.king-quality.com)

Facalca Hiltex

[www.facalca-hiltex.com](http://www.facalca-hiltex.com)

Sistemas C & C

[www.sistemascc.com](http://www.sistemascc.com)

Telecam 140

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

Qualitec

[www.nuestroelsalvador.com/comunidad/qualitec](http://www.nuestroelsalvador.com/comunidad/qualitec)

Insertec

[www.insertec.com](http://www.insertec.com)

Américatel El Salvador

[www.americatel.com](http://www.americatel.com)

Textiles Facela S. A de C.V.

[www.industriadehilos.com](http://www.industriadehilos.com)

TV Offer

[www.grupotvoffer.com](http://www.grupotvoffer.com)

Omnihits

[www.omnihits.com](http://www.omnihits.com)

Agencia Turinter

[www.agenciaturinter](http://www.agenciaturinter.com)

Publicar

[www.publicom.com.sv](http://www.publicom.com.sv)

Soler & Palav

[www.soler-palav.com](http://www.soler-palav.com)

Arte Comercial

[www.arte-comercial.com.sv](http://www.arte-comercial.com.sv)

Universidad Luterana Salvadoreña

[www.retcomsa.com/uls](http://www.retcomsa.com/uls)

SEABOARD

[www.vape.com.sv](http://www.vape.com.sv)

Sistemas Aereos

[www.sistemaaereos.com](http://www.sistemaaereos.com)

Desarrollos de Transporte, S.A de C.V.

[www.destra.com.sv](http://www.destra.com.sv)

Soluciones Tecnológicas de Calidad en

Telecomunicaciones

[www.nuestro.elsalvador.com/comunidad](http://www.nuestro.elsalvador.com/comunidad)

[/qualitec](#)

Para dichas empresas las ventajas en anunciarse en Internet son muchas. Entre las que destacan :

- Tener presencia en el mercado mundial
- Competitividad
- Oportunidad de negocios
- Llegar más rápido a un público específico
- Un medio interactivo
- Dar a conocer los productos y servicios así como también a la empresa o institución.

A nivel de empresa anunciante no ven en sí ninguna desventaja ya que desde el momento en que han adoptado dicho medio se están dando a conocer, traspasando fronteras lo que en un medio tradicional no se aprecia y es que ese es el objetivo de todas las empresas; para el caso de los bancos el beneficio no es solo darse a conocer en el exterior, ya que si el cliente de este posee su propia PC con conexión a la red no necesitara moverse de su casa u oficina para verificar o hacer sus transacciones. Pero todos coinciden en que el problema o desventajas se ve más a nivel de acceder a Internet, en El Salvador es un obstáculo el no poseer equipo de cómputo por su costo y además la falta de conocimientos en este campo.

Quizá la desventaja se ve más en el plano comercial(comercio electrónico). Por Ejemplo: Editoriales la ceiba al momento en que decide anunciarse en línea no solo perseguía darse a conocer,

que dichas empresas se valen de los medios impresos(hojas volantes, separadores, periódicos, etc.) radio y televisión.

Otro dato relevante es que no todas las empresas necesitan de los servicios de una agencia de publicidad para que les realicen sus anuncios en la red, ya que poseen su propio departamento de informática equipado con técnicos e ingenieros en sistemas que se encargan de crear la publicidad de estas.

Hay empresas que poseen un control de visitas para verificar que tan vistas han sido sus publicaciones, algunos de los controles van desde registros de horas, lugares desde donde se conecta el usuario, hasta días y meses del año.

Una de las diferencias principales que existe en publicitarse en los medios tradicionales y en la red es según las personas encargadas a las que se entrevistó, que la información está sujeta a la demanda del usuario; ya que éste la verá siempre y cuando esté interesado. Quiere decir que al momento en que se decide utilizar Internet como medio publicitario la empresa debe realizar un estudio de mercado para saber o conocer que es lo que el usuario o posible cliente desea ver para poder ser efectiva la vista del anuncio.

De las 10 empresas, objeto en estudio: Banco Cuscatlán, Las Dignas, Laboratorios Ancalmo, Uno Rent a Car, DHL, Web Informática, Melher, Grupo Golán, Editoriales la Ceiba; todas estas contienen dentro de

también buscaba vender sus productos lo que no tuvo el éxito esperado por no contar con el Post-Virtual (que es la validación de las tarjetas de crédito con los bancos). Y es que el problema radica como antes se menciona de que no hay una masificación de computadoras con conexión a la red y tarjetas de crédito que sería lo ideal para que funcionara el comercio virtual en El Salvador.

Todas las empresas que se han estudiado poseen su página web por las razones de que estas son más completas ya que se puede introducir desde el nacimiento de la empresa, hasta su estado actual así como también conocer los productos y servicios que ofrecen. Y algunas tienen “**full banners**” en las páginas principales de los servidores que les proveen la conectividad.

El tipo de campaña publicitaria que predomina en cuanto a las empresas en estudio es de imagen y mantenimiento de la empresa y sus productos o servicios dentro de la red. En cuanto al tipo de publicidad, la mayoría de empresas cuentan con publicidad comercial.

Las estrategias que estas emplean son sitios en donde pueden encontrarseles con facilidad. Por Ejemplo: lugares como [www.elsalvador.com](http://www.elsalvador.com), se considera que es el sitio más visitado de El Salvador ya que en este se anuncian muchas empresas salvadoreñas. Asimismo, se pueden encontrar a través de los buscadores más conocidos como Altavista, yahoo, yupy, etc. Es importante recalcar

sus web site una página específica en donde el cibernauta interesado proporciona los datos personales y comentarios sobre el servicio o producto específico, como lo muestra la siguiente imagen:

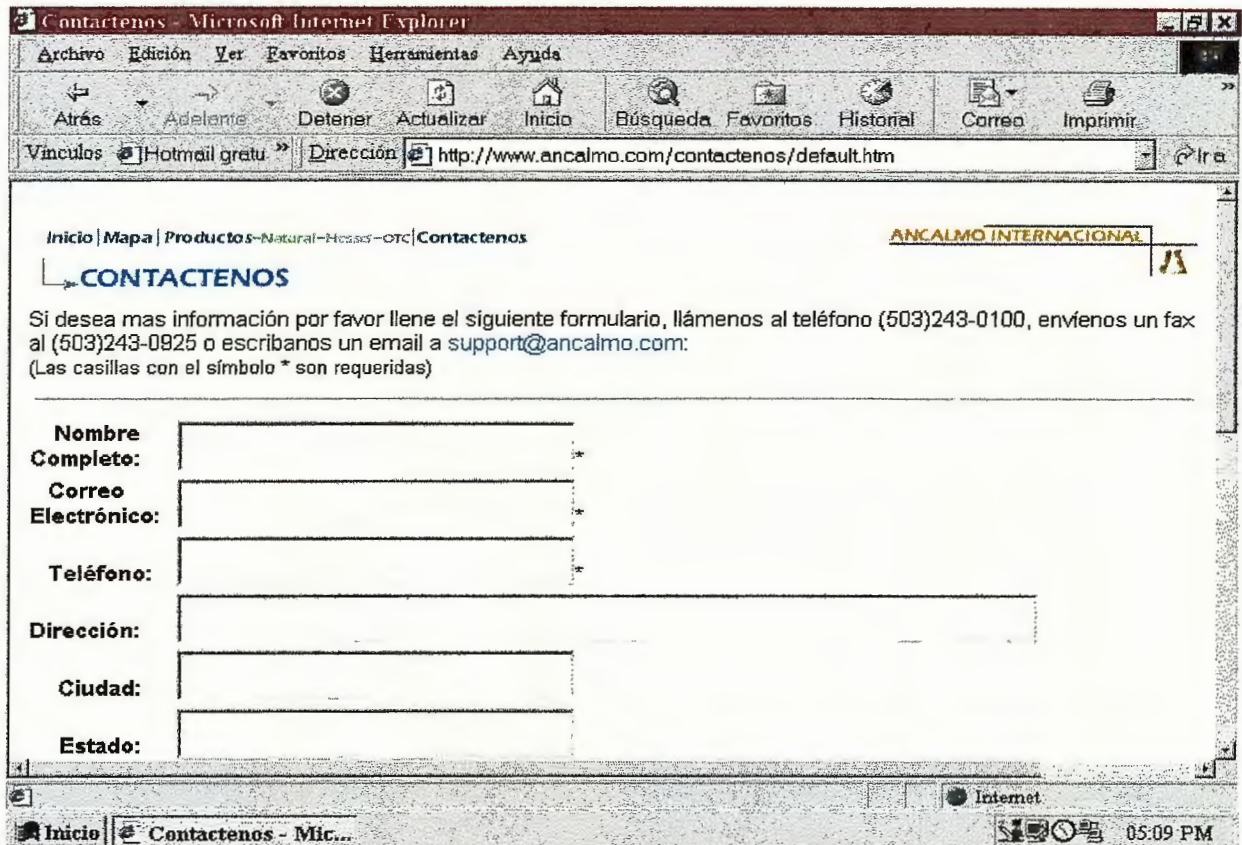


Figura # 3

De esta manera las empresas pueden conocer de forma inmediata los comentarios y sugerencias de los usuarios y así mejorar los servicios brindados. Esta es una ventaja de gran magnitud de Internet como medio ante los medios de comunicación tradicionales.

Una mejor comunicación más directa y efectiva y el bajo costo de publicitarse por Internet son dos de las mayores ventajas de Internet

ante la radio, prensa y televisión, el siguiente cuadro comparativo hace referencia de los costos mensuales y diarios de pauta de cada uno de los medios de comunicación:

MEDIOS	DIARIO	MENSUAL
PRENSA	b/n ¢15,661.80	b/n ¢318,236.00
	f/c ¢31,323.60	f/c ¢616,472.00
RADIO		spot 30" ¢100
TELEVISIÓN	¢4,508.70	¢69,308.55
	(1 spot de 30" )	(1 spot de 30")
INTERNET	Pág. web \$1.66	Pág. Web \$50
	Banner	Banner \$15

Fuente: Agenda 2001, Monitores Publicitarios de El Salvador.

Del cuadro anterior se explica que los costos son variables y aproximados para cada uno de ellos ya que dependerán de la empresa televisora o radial así como del medio escrito, así también los costos serán de acuerdo al programa ya sea este en radio o en televisión, hora de transmisión, y día; en cuanto a prensa estos serán dependiendo si se quiere el anuncio en interior o contraportada, del

periódico y si este será blanco y negro o color, la sección en la que aparecerá.

En El Salvador, la venta por Internet, se encuentra en una etapa de crecimiento, ya que este servicio ha podido brindarse a partir del año 2000, a nivel nacional ya hay un número significativo de empresas que ejercen dicho servicio.

La publicidad en Internet en el país, es tomada sobre todo como un mecanismo de apoyo, ya que según la empresas en estudio anteriormente mencionadas el poseer un espacio en la red, es para lanzar o mantener la imagen de la empresa o institución a nivel internacional, de estas son pocas las empresas que la utilizan como una red virtual, las cuales se mencionaron con anterioridad.

Las empresas objeto de estudio para la investigación coincidieron entre ellas con ciertos puntos como, que utilizan el medio Internet para proyectarse y "promover" sus productos o servicios al público internacional. Pero en realidad, qué es lo que estas empresas promueven, a continuación se presenta el listado y lo que cada una ellas dan a conocer en sus páginas electrónicas.

## **1. Nombre de Empresa:Uno Rent a Car:**

**Fuente: Sr. Miguel Guevara, (webmaster)**

**www.unorent.com**

Uno rent a car es una empresa que se dedica al alquiler de automóviles y deciden anunciarse en Internet en el año 1997, con el fin de poder llegar a clientes que residen en el extranjero convirtiéndose estos en su público objetivo, sobre todo alcanzar aquellas personas que viajan a El Salvador y viven en los Estados Unidos y una pequeña parte de Canadá.

A través de Internet dicha empresa llega directamente al cliente que le interesa, lo que les ha servido para ocupar los primeros lugares en empresas rentadoras de auto en El Salvador, así como también han logrado tener presencia en la red abarcando de esta manera un buen porcentaje de los que buscan dicho servicio.

Dicha empresa posee en internet su propia página web(ver figura#4) y banner repartidos en diferentes sitios estratégicos, en la página se puede encontrar historia de la empresa, objetivos y filosofía. El cliente puede interactuar y hacer reservaciones con solo dar un clic al automóvil que le interesa, a la vez se le muestra el precio que es lo más importante para el público consumidor. Asimismo, en el sitio se encuentran promociones, lo cual es llamativo a la hora de publicitar en la web. La publicidad de Unorent a car es comercial, y toman bastante en cuenta las promociones en sus servicios.

Desde el punto de vista técnico la publicidad de Unorent a car en Internet posee lo más principal (nombre de la empresa, logo y productos o servicios) con colores y diseños acordes y un menú donde se especifican los servicios y el usuario da un clic en lo que le interesa, asimismo posee información precisa.



Figura # 4

## 2. Nombre de la Empresa :Las Dignas:

Fuente. Srita. Linda Quezada, Asistente de coordinación

[www.lasdignas.org.sv](http://www.lasdignas.org.sv)

Las Dignas es una institución en pro de los derechos de la mujer crea su página web en el año 2000 (ver figura # 5), gracias a la ayuda del centro de documentación que brinda ayuda benéfica en toda la región a todas los proyectos relacionados a favor de los derechos de las mismas. Uno de los objetivos principales por el hecho de crear la página ha sido el brindarle a la mujer y promover por todo el mundo información de los programas y capacitaciones que en esta institución se dan.

La publicidad que se impulsa por Internet es de tipo institucional con una campaña publicitaria de imagen.



Figura # 5

### 3. Nombre de la Empresa :Banco Cucatlán:

**Fuente: [www.bancocuscatlan.com](http://www.bancocuscatlan.com)**

Banco Cuscatlán, es una institución financiera que decide anunciarse en Internet aproximadamente en 1997, para dar a conocer los servicios que ofrece, con la llegada del año 2000 optan por crear el sistema Netbanking el cual facilita a los usuarios realizar transacciones desde la comodidad del hogar u oficina.

Dicha institución posee banners y su página web (ver figura 6-7), la publicidad que se observa es comercial y sus campañas son de imagen. En la página se puede tener acceso a información general como historia, objetivos perseguidos, sucursales, servicios que presta el banco, entre otros.

Con la llegada de Netbanking el usuario puede interactuar con el servicio que le interesa. Por ejemplo:

- \*Consultas de Saldos
- \*Consultas e Transacciones
- \*Transferencia de Fondos
- \*Pagos a Prestamos
- \*Pagos a Tarjetas de Crédito
- \*Pagos e Servicios Públicos
- \*Pagos de Servicios Varios
- \*Pagos Recurrentes
- \*Solicitud de Chequeras
- \*Solicitud de Prestamos
- \*Solicitud de Tarjetas e Crédito
- \*Ordenes de Pago
- \*Detención de Pagos
- \*Notificación de Extravío de Tarjetas de crédito
- \*Notificación de Extravío de Libreta de Ahorro, etc

Según el Sr. Juan Pablo Chinchilla (webmaster), considera que la página de banco cuscatlán posee colores amigables al ojo humano y los mantiene en todas sus páginas, dando una sensación de rapidez, además la información esta bien distribuida lo que le da una percepción distinguida.



Figura # 6



Figura # 7

#### 4. Nombre de la Empresa: Grupo Golan

Fuente. Srita. Elsy Santos, Ejecutiva de ventas

[www.grupogolan.com](http://www.grupogolan.com)

Grupo Golan es una empresa especializada al servicio de seguridad personal y residencial, de raíces israelitas con filiales en toda Latinoamérica, desde 1994 cuenta con su página electrónica y por ser una empresa internacional esta diseñada en su sede en Miami; dentro de su home page se pueden encontrar toda una especificación de cada uno de sus servicios como: protección ejecutiva, blindaje de vehículos, capacitación en seguridad, cursos, etc. El objetivo por el

cual se publicitan en Internet es para ampliar y acaparar más el mercado, y expandir así sus servicios.

El anunciarse por la red ha contribuido en gran medida el objetivo de esta empresa ya que han logrado alcanzar sus perspectivas y han llegado a mejorar sus servicios, la publicidad de Grupo Golan es institucional elaborada en base a una campaña publicitaria de imagen.

La estructura con la que esta cuenta en su página web es simple pero con un detalle de elegancia ya que los colores utilizados en esta van de acuerdo al servicio e información que dan a conocer, del mismo modo la distribución de los elementos que la componen(texto e imagenes), es un factor importante que resulta necesario e interesante señalarle es que en ningún momento se pierde la barra de menú lo que le facilita al visitante para no perderse en cualquiera de sus páginas adicionales o link. (ver figura # 8).

La información que da a conocer es directa y concreta. Grupo Golan cuenta con un espacio en donde el visitante puede adquirir los servicios de esta, tiene la opción de elegir la sucursal de su preferencia, es por esto último que la publicidad es interactiva.

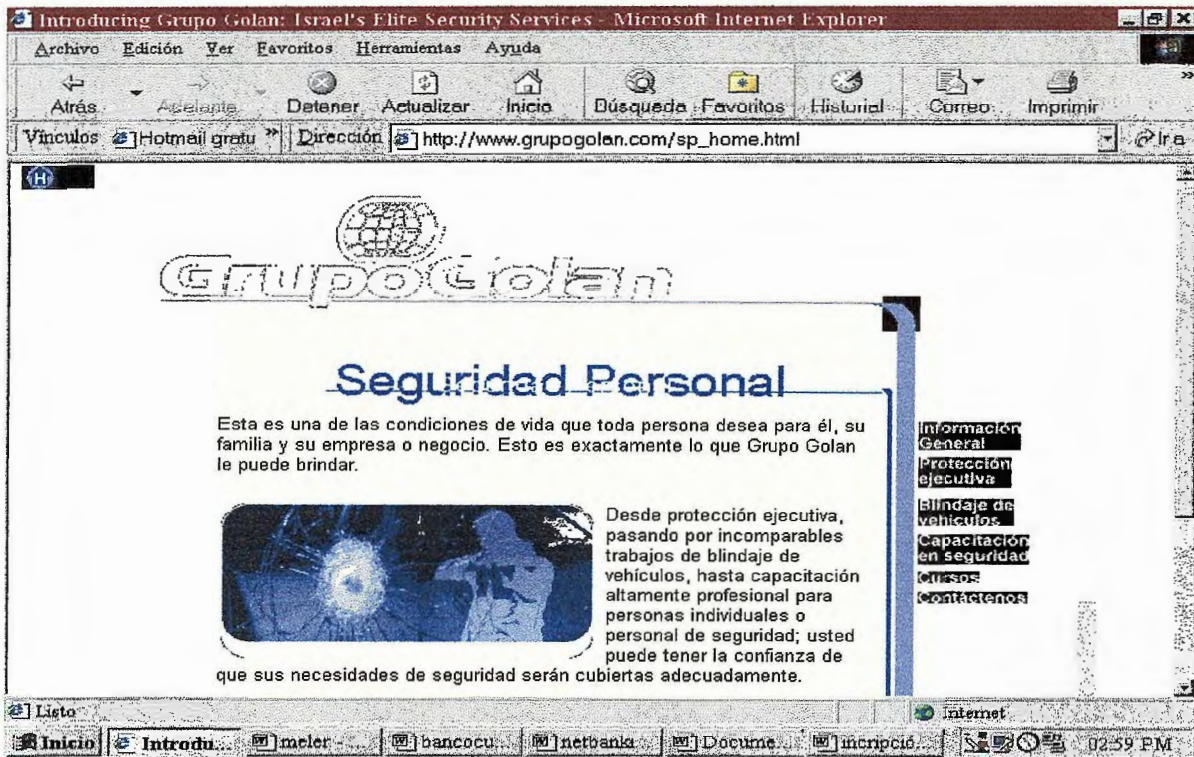


Figura # 8

## 5. Empresa: Melher S.A de C.V.

**Fuente: Sra. Lidia Morales, Ejecutiva de mercado**

**[www.melher.com](http://www.melher.com)**

Melher es una empresa dedicada a la elaboración, comercialización y distribución de productos alimenticios como chocolates entre otros, esta incurre en Internet en el año de 1999 con el objetivo de llegar a clientes a nivel mundial interesados en obtener dichos productos, asimismo, Internet como medio publicitario le ha dado a esta empresa la oportunidad de segmentar más directamente su público objetivo que en este caso son distribuidores o vendedores

de productos de alimentos, la publicidad de la empresa es comercial detallada en una campaña de imagen.

La composición de los elementos de la página web de Melher S .A de C.V. han sido analizados por un webmaster, el cual llego a las siguientes conclusiones: la distribución de cada uno de los elementos que conforman la página electrónica no han sido equitativos exceptuando la página principal (home page) ya que está saturada de texto lo que no la hace llamativa, además posee muy pocas fotografías y para la campaña que esta desarrollando se recomienda una galería de fotos más amplia, asimismo, los colores que se han utilizado son demasiados dominantes para la vista del usuario lo que por otra parte hace que la página tarde un poco en descargarse.

En cuanto a la información que en esta se da a conocer es implícita y directa muy adecuada para el espacio y tiempo de las personas que la visitan.

Además cuenta con una página en donde se pueden sugerir opiniones o recomendaciones, asimismo cuentan con un espacio para todo aquel interesado en adquirir cualquiera de sus productos es por esta razón que se puede decir que es una página interactiva. (ver figura # 9).



Figura # 9

## 6. Empresa. Laboratorios Ancalmo

Fuente: Srita. Silvia Navarrete, Encargada de Comunicaciones

[www.ancalmo.com](http://www.ancalmo.com)

Ancalmo del Salvador, es una empresa de capital salvadoreño, que gracias a los avances tecnológicos que se han dado a nivel comercial ha incurrido en Internet creando así su página web en el año de 1998, con la finalidad de llegar al mercado internacional, por ser una empresa exportadora de productos farmacéuticos el Internet es el medio ideal para ello.

La empresa al igual que muchas en un futuro piensan en que las exportaciones se darán vía Internet, ya que cualquier distribuidora de productos de este tipo podrán hacer sus pedidos a través de la página electrónica.

Las técnicas de diseño de la página web (ver figura # 10) ; van de acuerdo al producto que ellos ofertan, ya que cada producto o insumo que esta fabrica se dan todos los detalles y características de cada uno, asimismo las indicaciones para su uso.

El diseño y distribución de la página van de acuerdo a lo que publicitan, la galería de fotos, las características, la página limpia le dan vistosidad y formalidad a la página (ver figura # 11). La publicidad es comercial y la campaña de imagen.

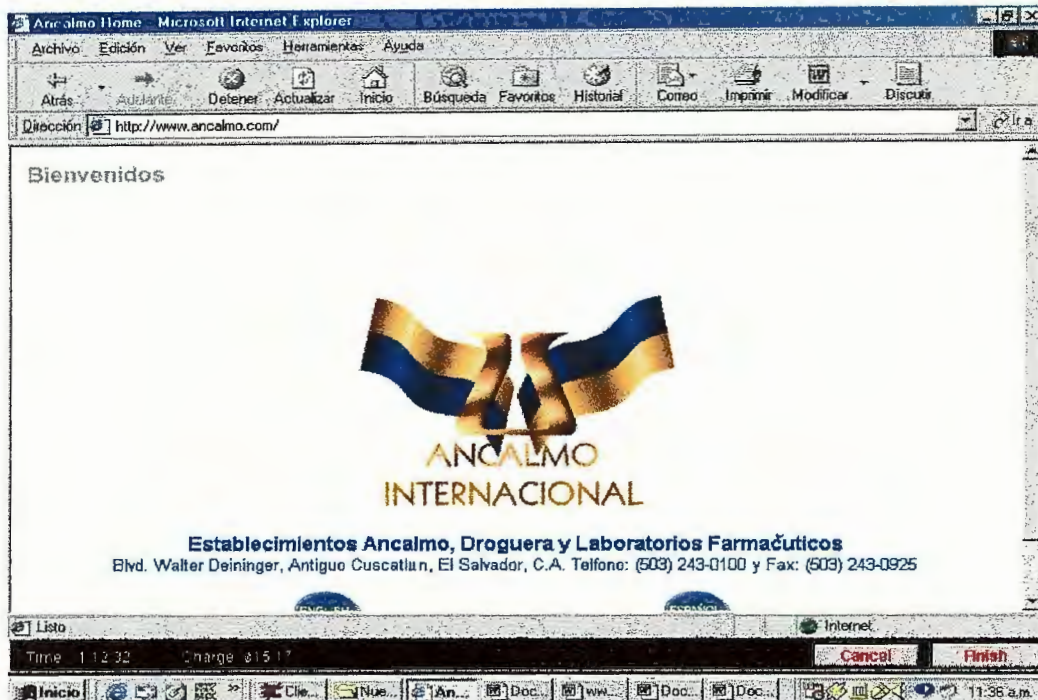


Figura # 10



Figura # 11

## **7. Nombre de la Empresa: DHL**

**Fuente. Lic. Jorge Pichinte, Gerente de Informática.**

**[www.dhl.com.sv](http://www.dhl.com.sv)**

DHL es una empresa de envíos y encomiendas con filiales en El Salvador, por ser empresa multinacional ha sido de las primeras en poseer su página web en la red en un tiempo que Internet era aún desconocido en nuestro país. Las políticas de la empresa son extranjeras por lo que también la página esta diseñada fuera de El Salvador. La razón principal de anunciarse en Internet ha sido ser reconocidos a nivel mundial y no solo en los lugares donde se encuentra radicada la empresa, obteniendo de esta forma ventaja competitiva y oportunidad de negocios.

Al acceder a [www.dhl.com.sv](http://www.dhl.com.sv) se puede encontrar información general y tradicional de la empresa, datos geográficos y servicios que ofrecen, manteniendo campañas de imagen y relanzamiento de servicios donde dan a conocer a los interesados lo más novedoso que la empresa esta adquiriendo (ver figura # 12).

La página web de DHL es formal, muy limpia (no posee demasiados gráficos, con tantos colores y carga rápido) se puede ver que el diseño es más especializado, cuenta con un menú con diferentes opciones donde el cliente ve lo que más le interesa.

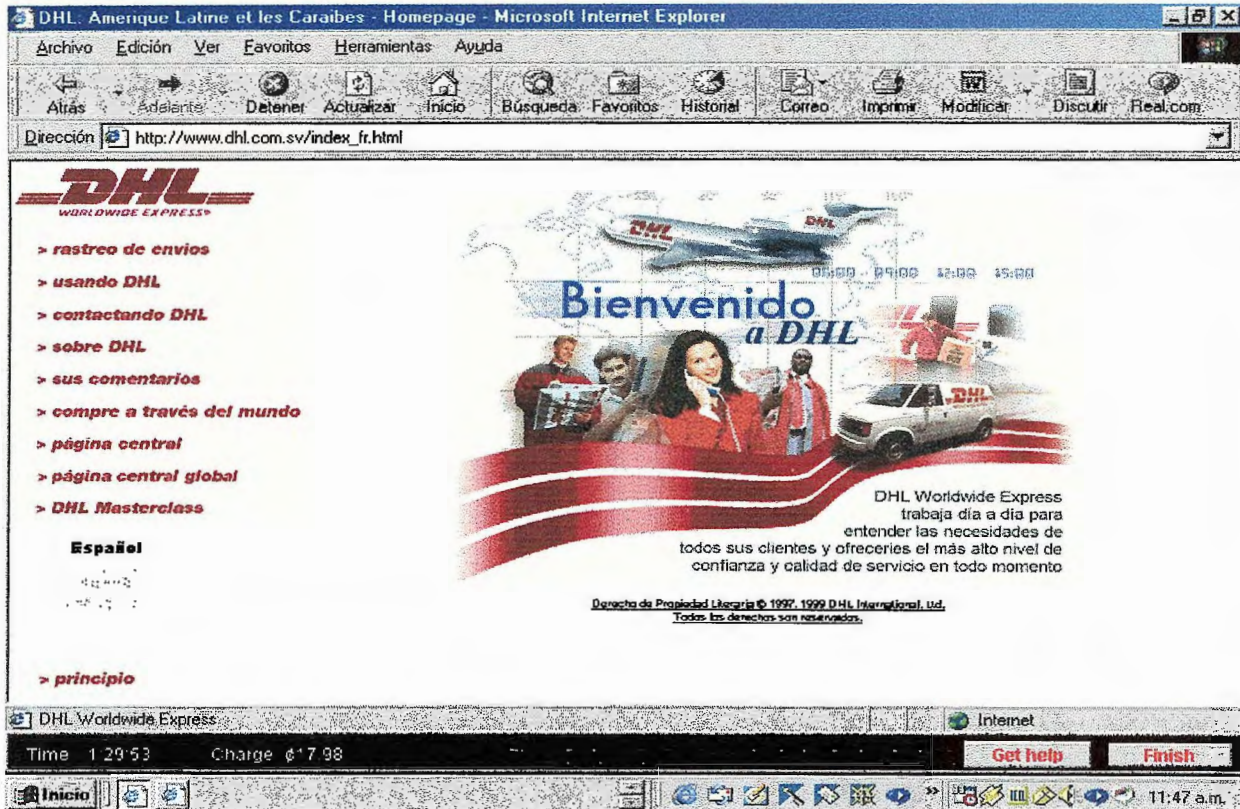


Figura # 12

## 8. Nombre de la Empresa: Web Informática

Fuente. Sr. Ricardo Peraza, (webmaster)

[www.webinfo.com.sv](http://www.webinfo.com.sv)

Web informática, es una empresa salvadoreña la cual ofrece soluciones de informática abierta y comunicación virtual, presta el servicio de publicidad y diseño gráfico de Internet, así también se distingue por elaborar estrategias de publicidad para dar a conocer los sitios en la web a los públicos objetivos de sus clientes, Web informática cuenta con su sitio en Internet desde el año de 1997, y

nace como una inquietud por crear un sitio divertido y entretenido para su público objetivo el cual son jóvenes entre los 13-35 años de edad.

El sitio de web informática es completo, en el se encuentran todos los servicios que ofrecen al público en general como servidor (ver figura # 13) , como lo son las ramas en que estos se especializan y los trabajos que han realizado para una mejor exposición de su desempeño en el área publicitaria en Internet.

Asimismo Web informática en su afán de aportar diversión sana al público juvenil de El Salvador cuentan con su sitio más conocido y con el que se dan a conocer como lo es [www.guanacos.com](http://www.guanacos.com) (ver figura # 14), el cual ejerce una función de portal y cuenta con los siguiente servicios: chat, noticias, correo electrónico gratis, etc. Entre los servicios que se tiene dentro de [guanacos.com](http://guanacos.com) esta la exhibición de banners publicitarios de empresas clientes de web informática.

La página electrónica de web informática es de las más atractivas de las páginas web de las empresas en estudio, ya que su página principal cuenta con un gráfico y este posee movimientos al igual que sus colores intermitentes, son los indicados para atrapar a primera vista el visitante, de igual manera su sitio [guanacos.com](http://guanacos.com) posee toda una gama de creatividad atrayente para los jóvenes y adultos.

La publicidad de web informática en Internet es bastante interactiva, en su rol de empresa comercial tienen comunicación con sus interesados por medio del correo electrónico, asimismo en el sitio

guanacos.com se encuentran banners de sus clientes que con solo hacer doble clic instantáneamente se abre la ventana de dicha empresa.

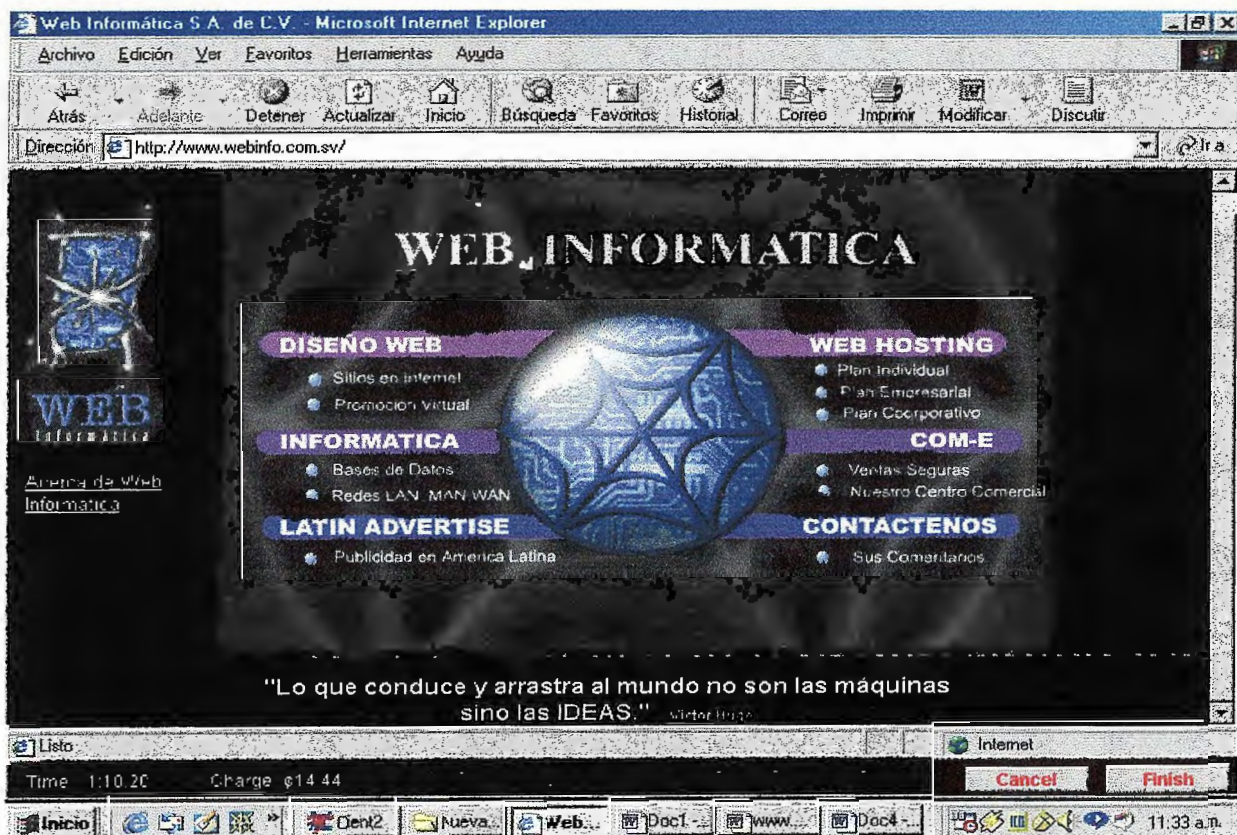


Figura # 13



Figura # 14

## 9. Nombre de la Empresa: Editoriales la Ceiba

**Fuente: Sr. Rigoberto Vladimir Solis, Encargado de informática.**

**www.laceiba.com.sv**

Editoriales la Ceiba inicio en Internet en mayo del 2000 por inquietud de la gerencia en querer innovar sus acciones de ventas ante la competencia, ofreciéndole al público en general un mejor servicio de

ventas por Internet, ya que por ser las transacciones comerciales de libros uno de los productos más vendidos por dicho medio, editoriales la Ceiba incursiono en el medio; al mismo tiempo con el afán de expandir sus fronteras al mercado internacional, ya que la editorial trabaja con materiales de todo el mundo, la publicidad que se maneja en Internet es de tipo comercial elaborada en base a los fundamentos de una campaña de lanzamiento, ya que de acuerdo a los volúmenes nuevos se restaura la página, para dar a conocer así los textos más recientes.

La estructura física de la página web de editoriales la Ceiba es muy completa en cuanto a contenido ya que se encuentran las indicaciones de cómo comprar por Internet, cuales son los libros o textos mas vendidos, mas exitosos, etc. Los elementos de la página web de editoriales la Ceiba están muy saturados, no existe un equilibrio a la hora de colocar cada uno de ellos, asimismo los colores con los que se ha elaborado la página son demasiados tristes para un sitio con expectativas de ventas, los colores son un factor importante a la hora de persuadir al visitante para que este realice una compra ( ver figura # 15).

De acuerdo a la opinión del Sr. Chinchilla el diseño de la página web de editoriales la Ceiba debería de ser rediseñada ya que no va acorde a la acción que esta desea ejercer por dicho medio.

La publicidad es interactiva ya que posee una página donde el visitante da a conocer sus opiniones sobre el diseño y estructura de la página, al igual que comentarios sobre un texto en particular.

Editoriales la Ceiba cuenta con publicidad (banners) en mucho de los buscadores más concurridos por los cibernautas , asimismo la base de datos es enviada a estos para aparecer a la hora de realizar una búsqueda específica.

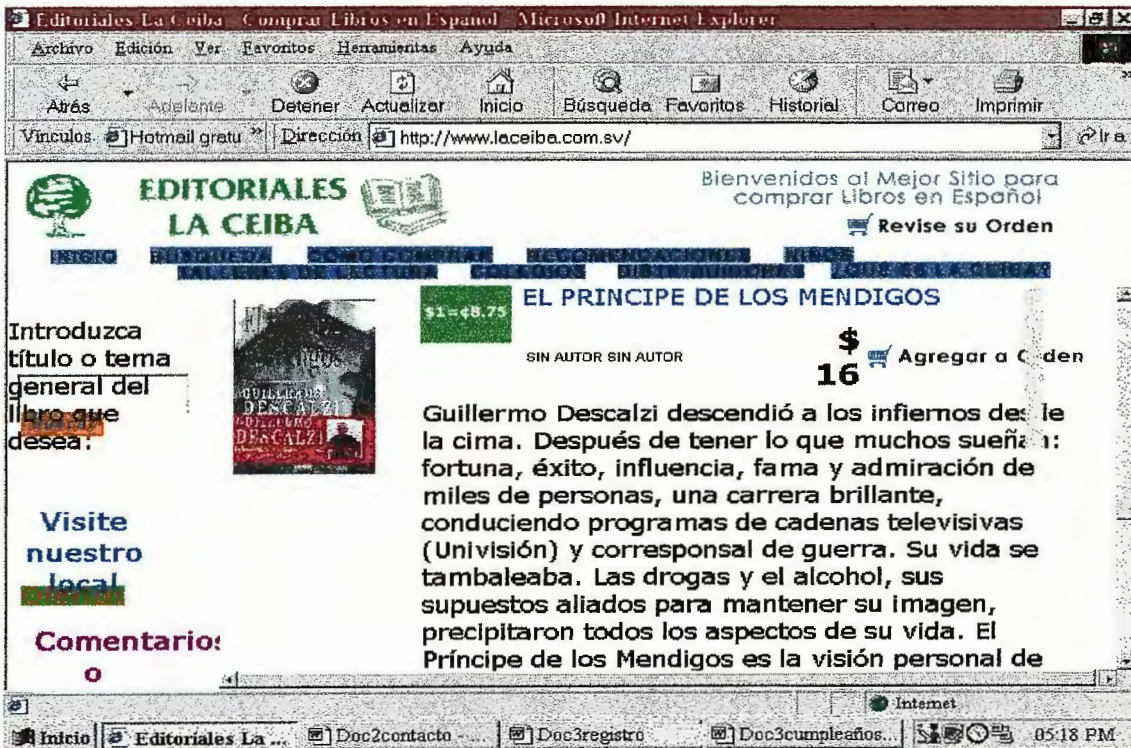


Figura # 15

La publicidad on line en El Salvador, se da a conocer por muchos medios, tales como el correo electrónico, el registro en buscadores de ayuda conocidos, sitios web más visitados, banners y la misma página web, pero en sin duda el banner según los expertos el más efectivo por lo coloquial que este puede llegar hacer, aunque sea la página electrónica las más común entre las empresas salvadoreñas anunciantes en la red.

En cuanto a la publicidad que es abordada desde el correo electrónico, esta funciona de la siguiente manera; al usuario al inscribirse a cualquier portal y obtener de manera gratuita su dirección electrónica este queda grabado de forma inmediata en la base de datos del portal y es este el que se encarga de enviar toda una variedad de anuncios publicitarios a las direcciones electrónicas de sus suscriptores, esta puede ser desde el anuncio de un nuevo sitio hasta promociones para la obtención de tarjetas de créditos internacionales, a este tipo de publicidad se le denomina listservice (ver figura # 16).



Figura # 16

Los buscadores más comunes ( ver figura # 17) y frecuentemente visitados por millares de cibernautas a diario se hacen para le publicidad un medio o canal más que eficaz, ya que colocando el banner en uno de estos (Yahoo, Altavista, Yupi, entre otros) es más que seguro que el anuncio será visto, hay que tomar en cuenta que si bien es cierto que la Internet no es regulada por ninguna entidad cada sitio o portal posee sus reglas internas las cuales el anunciante debe regirse por ellas.



Figura # 17

## ALGUNOS SITIOS RECOMENDADOS PARA LA PAUTACIÓN DE PUBLICIDAD EN EL SALVADOR:

Adultos Profesionales:

- [Www.laprensa.com.sv](http://Www.laprensa.com.sv)
- [www.guanacos.com](http://www.guanacos.com)
- [www.elsalvador.com](http://www.elsalvador.com)

Adultos:

- [www.terra.com.sv](http://www.terra.com.sv)

#### Radios Juveniles:

- [www.voxfm.com](http://www.voxfm.com)
- [www.pulsarfm.com.sv](http://www.pulsarfm.com.sv)
- [www.mil80.com.sv](http://www.mil80.com.sv)
- [www.femenina.com.sv](http://www.femenina.com.sv)

#### Maestros:

- [www.cyberescuela.com.sv](http://www.cyberescuela.com.sv)
- [www.futurekids.com.sv](http://www.futurekids.com.sv)

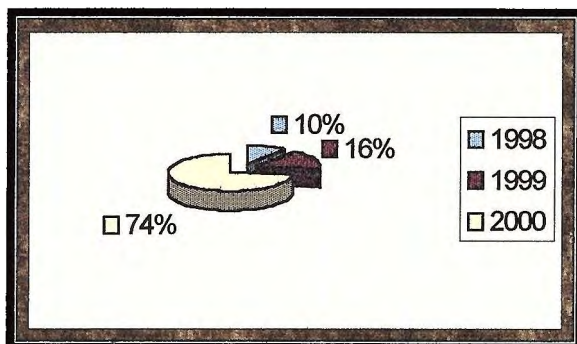
Según las agencias de publicidad en estudio, las empresas del Salvador, prefieren darse a conocer a través de los web sites, haciendo uso siempre de los medios tradicionales (prensa, radio, televisión y TV.)

Ciertamente la publicidad en Internet, forma parte de toda una estrategia de comunicación, ya que la publicidad en línea debe de ser divulgada por los otros medios de comunicación esto en cuanto a incentivar al usuario de Internet a que conozca la página web, asimismo las empresas anunciantes también utilizan productos promocionales para la divulgación de esta.

De las empresas que se anuncian en Internet, se pudo observar que el web site predomina más convirtiéndose en un verdadero

mecanismo de apoyo, pero pocas son las que la utilizan para el comercio electrónico, sin embargo, existen aún factores que limitan al consumidor final a disponer de él, entre ellos la adquisición de una computadora, la facilidad de acceso a Internet y un costo asequible a la mayoría de usuarios.

En la siguiente gráfica, se puede observar como se ha incrementado el número de empresas que se anuncian en Internet a través de las páginas web durante el año 2000, comparándose con el año 1999.



Fuente: Guías telefónicas años 98/99/00.

Para la presente investigación, se ha tomado en cuenta la opinión de un experto en diseño de publicidad en Internet (webmaster), dado que en el Salvador la mayoría de empresas poseen su propia página web como mecanismo de apoyo, según el Sr. Chinchilla una página web para llegar a ser un éxito tiene que poseer ciertas técnicas tales como:

1. Logotipo de la empresa y su respectivo menú
2. Información precisa e interesante para su mercado.
3. Las páginas deben ser limpias; ya que a veces la saturación de colores y gráficos no permite rapidez.
4. Incluir promociones (que pocas empresas del país lo hacen) lo que sirve de apoyo para llamar la atención de los visitantes o interesados.
5. Incluir interactividad, de esta forma se abre la posibilidad de comunicación cliente- empresa
6. Colores agradables y de acuerdo a lo que es el producto.

## **SOFTWARE PARA EL DISEÑO Y EDICIÓN DE PUBLICIDAD EN INTERNET.**

La creciente popularidad de la world wide web ha originado un nuevo medio publicitario para las empresas y los expertos en marketing.

Los nuevos lenguajes de programación ideados por los editores de web permite a los anuncios crear imagenes móviles e incluso audio de tiempo real en su sitio; Adobe PageMill y Microsoft FrontPage, son los programas mas populares de web que se venden actualmente en el mercado.

Ambos programas ofrecen capacidades potentes que permiten al usuario diseñar páginas web, manipular las imágenes y corregir el texto con una facilidad extraordinaria. No se requieren conocimientos de programación para emplear estas aplicaciones. Sin embargo, si los usuarios conocen J++ o HTML (Lenguaje de Marcación de Hipertexto), podrán agregar funciones avanzadas a la página de su cliente.

Estos programas permiten importar imágenes de otros como Adobe Photoshop e Illustrator. Gracias a ello pueden crear y depurar las imágenes en un programa orientado al arte antes de ponerlas en la página web.

	<b>Adobe</b>	<b>Microsoft</b>
	<b>PageMill</b>	<b>FrontPage</b>
Plataforma	Mac/Win 95	Win 95, Win3.x
Escribe HTML	si	si
Editar incorporado de HTML	si	si
Permite importar imágenes	si	si
Soporte de Java	si	si

Entre algunos de los software más utilizados por las agencias o casa de diseño de publicidad en Internet en el país al momento de iniciar el proceso de producción para una publicidad en Internet se tienen:

**FLASH (MACROMEDIA)** formato (jpg) este software contiene millones de colores planos hasta degradaciones, al utilizar este programa da una especie a la página o anuncio publicitario, menos peso a las animaciones y los tamaños de estos pueden ser diversos, entre las distintas acciones o aplicaciones que se pueden producir son Gif (gráficos), Mov (movimientos), videos entre otros.

**BANNERS** (formato gif), este software contiene tan solo 256 colores planos y no se pueden hacer degradaciones (ver figura # 18)

- Front page (3 y 4)
- Java script (Códigos para hacer creaciones )
- Frame
- HTML (puro)
- Drumbeat 2000 (Genera sistemas de búsqueda)

Un servidor de Internet o proveedor, y las empresas que diseñan publicidad en Internet, deben de poseer las siguientes características en cuanto a equipo, los cuales son:

- Maquina Pentium por lo menos de 50 Gb. Y una memoria RAM 256 .
- Plataforma windows, linux.



Figura # 18

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:**

### **CONCLUSIONES:**

1. Internet llega a todas partes del mundo, es sin duda el medio idóneo para dar a conocer los productos y servicios de la empresa, asimismo la imagen de esta.
2. Así como en un tiempo la publicidad se fue acondicionando a los medios tradicionales (prensa, radio, televisión) ahora también pasa a otra etapa con la llegada de Internet.
3. Las empresas salvadoreñas se han percatado de la potencia y el alcance de Internet, lo cual ha contribuido al crecimiento de empresas con su propio sitio en Internet.
4. Se considera Internet, como un novedoso medio de comunicación, asimismo un medio alternativo para la publicidad.
5. Internet es un medio Interactivo en el cual se puede obtener información eficaz e instantánea, lo cual es importante para las empresas anunciantes, ya que de esta manera hay una comunicación con el público objetivo y posibles clientes.
6. El empleo de novedosa tecnología como lo es Internet, le ha abierto campo no solo a empresas anunciantes, sino también a las que proveen el servicio y diseñan publicidad en dicho medio.

7. Algunas empresas que poseen sus departamentos de informática, pueden diseñar sus propios anuncios en Internet, sin tener que recurrir a una agencia de publicidad online.
8. A través de Internet, los anunciantes pueden llegar directamente al clientes específicos en todo el mundo, a su vez se están proyectando y ampliando sus mercados; logrando así mayor competitividad.
9. Tradicionalmente la audiencia conoce las ventajas y características de un determinado producto o servicio pero en Internet el cliente o interesado puede profundizar aun más acerca de estos y también de la empresa en sí.
10. Los diseñadores de Publicidad en Internet son personas especializadas en las áreas de sistemas computacionales (técnicos e Ingenieros), no así especialistas en publicidad.
11. La falta de PC con acceso a Internet es un obstáculo en la sociedad salvadoreña.
12. En El Salvador la técnica más utilizada para publicidad en Internet es la página web, ya que en esta se encuentra información exhaustiva de la empresa y los productos o servicios que ofrecen.
13. Con la ayuda de los mecanismo de búsqueda los usuarios en Internet pueden acceder a sitios específicas, y la publicidad se vale de esto para poder llegar a sus grupos de interés.

## **RECOMENDACIONES:**

1. Las páginas web deben poseer información concreta y organizada, acorde al producto o servicio.
2. Es importante incluir la dirección electrónica de la empresa, así como también un formulario para abrir una comunicación eficaz con dicha empresa, esto contribuirá a conocer de forma inmediata los comentarios o sugerencias, y abrir la posibilidad para futuros negocios.
3. Es necesario que siempre se utilicen los medios tradicionales para dar a conocer los sitios web de las empresas anunciantes. Así también es importante darle promoción a la publicidad electrónica para que sea visitada y no dejarla sola en el ciberespacio.
4. Es básico que las instituciones que están formando profesionales tomen en cuenta el medio Internet como una asignatura más y en cuanto a la especialidad de publicidad hacer énfasis en dicho medio al igual que se hace con los medios tradicionales.
5. La llegada de los infocentros es una buena alternativa para todas aquellas personas que deseen adquirir conocimientos básicos de Internet.

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS

Arens, William, **Publicidad**. Séptima edición, Editorial Mc.Graw-Hill S. A. De C. V. 1999.

Billorou, Oscar Pedro, **INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD**, edición 1, Editorial El Ateneo, 1998.

Cabezas, Horacio, **Metodología de la investigación**, Editorial Piedra Santa, 2º ed. 1998.

Canizales Joya, Jose Manuel, Tesis **PUBLICIDAD EN LOS 90's: INTERNET COMO MEDIO PUBLICITARIO**, Universidad Don Bosco, 1999.

Editoriales Limusa, **¿COMO HACER UNA TESIS?**

M.L. de Fleur y S. Ball Rokearch, **Teorías de la comunicación de masas**, 4º ed.

Honeycutt, Jerry, **Internet paso a paso**, Editorial Prentice-Hall, 2º ed. 1998.

Kleppner's, Otto, **Publicidad**, Editorial Programas Educativos, 9º ed. 1998

Rojas Soriano, Raul, **Guía para realizar investigaciones sociales**, Editorial, Universidad nacional Autónoma de México, 8º ed.

Victoroff, David, **Communications**, N° 17, 1971

S. Watson Dunn, **Publicidad**, Editorial, Unión Tipográfica, 1º ed, 1980

## **SUPLEMENTOS**

La Prensa Gráfica, **Suplemento Comunicación**, 02/00

La Prensa Gráfica, **Suplemento SVNet**, 07/96

## **REVISTAS**

Revista empresarial **QUÓRUM**, 06/00

Revista Latinoamericana de comunicación **CHASQUI**, 06/00

## **TOMADO DE INTERNET**

Tomado de Internet [www.interpass.com](http://www.interpass.com)

Tomado de Internet [www.telemovil.com](http://www.telemovil.com)

Tomado de Internet [www.navegante.com.sv](http://www.navegante.com.sv)

Tomado de Internet [www.telefónica.com](http://www.telefónica.com)  
Tomado de Internet [www.terra.com.sv](http://www.terra.com.sv)  
Tomado de Internet [www.netcom.com.sv](http://www.netcom.com.sv)  
Tomado de Internet [www.webinfo.com.sv](http://www.webinfo.com.sv)  
Tomado de Internet [www.laceiba.com.sv](http://www.laceiba.com.sv)  
Tomado de Internet [www.dhl.com.sv](http://www.dhl.com.sv)  
Tomado de Internet [www.bancocuscatlan.com.sv](http://www.bancocuscatlan.com.sv)  
Tomado de Internet [www.melher.com](http://www.melher.com)  
Tomado de Internet [www.grupogolan.com](http://www.grupogolan.com)  
Tomado de Internet [www.ancalmo.com](http://www.ancalmo.com)  
Tomado de Internet [www.unorent.com](http://www.unorent.com)  
Tomado de Internet [www.altavista.com](http://www.altavista.com)  
Tomado de Internet [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com)

## **ENTREVISTAS REALIZADAS**

Sr. Juan Pablo Chinchilla. Webmaster.

Sr. Juan Carlos Deras. Grupo Ejje

Sr. Miguel Gevara. Unorent a car

Ing. Jose Alfredo Lopez. TELECOM

Sra. Lidia Morales. Melher S.A. de C.V.

Lic. Carlos Mejia. TERRA

Srita. Silvia Navarrete. Ancalmo

Ing. Richard Osterude. Interpass

Sr. Ricardo Peraza. Web Informatica

Lic. Jorge Pichinte. DHL

Srita. Linda Quezada. Las Dignas

Ing. Griselda Rodríguez. TELEFONICA

Sra. Fatima Ramirez . Famensal

Sr. Rigoberto Vladimir Solis. Editoriales La Ceiba

Srita. Elsi Santos. Grupo Golan.

# ANEXO 1

## ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS SALVADOREÑAS QUE SE ANUNCIAN POR INTERNET.

Nombre de la Empresa: UNORENT A CAR

Nombre del Entrevistado: Sr. Miguel Guevara -Webmaster.

- ¿ En qué año deciden anunciarse en Internet?

"Aproximadamente en 1998 y los dominios los adquirimos en 1997.

- ¿ Qué razones los llevó a utilizar Internet como medio publicitario?

"La razón principal, poder llegar a clientela en el extranjero, nuestro público objetivo son personas que viven en los Estados Unidos y una pequeña parte de Canadá. La mayoría de personas que residen allá utilizan con más frecuencia el Internet, para efectuar ciertas actividades, entre ellas rentar autos. Cuando vienen al El Salvador personas del extranjero, prefieren venir y conducir sus propios autos, para ello nos hacen reservaciones a través de Internet. Aquí en el país la demanda es poca.

- ¿ Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentan al anunciarse por Internet?

La ventaja más grande es que ahora si llegamos directamente al cliente que le nos interesa asimismo ocupamos los primeros lugares en empresas que rentan autos en El Salvador, es decir que en Internet somos reconocidos, sobre todo en Estados Unidos y otros países del mundo tenemos presencia. Estamos abarcando con un buen porcentaje de los que buscan servicios como los nuestros a la hora de visitar el país.

Desventajas, ninguna, quizás si se tratara de un público meta en el país sería desventaja, por la falta de conocimientos. Considero que si en el país existiera una masificación de Internet y tarjetas de crédito, funcionaria la publicidad en Internet de manera sorprendente, lastimosamente no es así.

¿ De la Clasificación de Publicidad en Internet ¿Cuál es la que maneja esta empresa?

“Contamos con banner que al darle clic le lleva a la página web de la empresa. Nuestra página web es tradicional en esta se da información de los servicios que ofrecemos, historia de la empresa, objetivos, promociones, etc, la persona puede hacer sus reservaciones llenando un formulario con datos específicos los que son agregados al sistema.

¿ Qué tipo de campaña publicitaria poseen en Internet?

“Poseemos publicidad comercial, y campañas de mantenimiento y promocionales.

¿ Cuáles son las estrategias de la publicidad en Internet de esta empresa?

“Tenemos un sitio estratégico el cual es [elsalvador.com](http://elsalvador.com) que es el mismo de El Diario de Hoy y también en el sitio de la Prensa Gráfica entre otras empresas de El Salvador.

También pagamos por el servicio de buscadores, asimismo encontramos espacios para publicitarse gratis.

¿ Quiénes realizan la Publicidad para esta empresa?

“En un principio se tenía que acudir a las agencias de publicidad de este tipo, pero era un tanto complicado, por que a veces no se diseña lo que el cliente realmente quiere. Es por eso se ha optado por realizarla nosotros mismos, elaboramos los banners, rediseñamos, quitamos, ponemos , etc. Acomodándonos a las reglas que establece el sitio.

¿ Poseen un control de visitas?

“Si, poseemos un controlador de visitas, durante el año 2000 se han aumentado las visitas de un promedio de 60 diarias hoy se triplico en un 90%.

Nombre de la Empresa: LAS DIGNAS.

Nombre del Entrevistado: Srita. Linda Quezada , Asistente de Coordinación.

- ¿ En que año deciden anunciarse en Internet?

“En el año 200, gracias a la ayuda del Centro de Documentación que pidió ayuda benéfica para la concretización de este proyecto”.

- ¿Qué razones los llevó a utilizar Internet como medio publicitario?

“Sobre todo promover y dar a conocer la organización y los programas que impulsan las Dignas”.

- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentan al anunciarse por este medio?

“Por medio de Internet nos damos a conocer en un público más amplio la función que ejerce la institución a la sociedad femenina en nuestro país, asimismo se pueden hacer contactos con otras asociaciones internacionales en pro de la mujer, y una desventaja que no todos poseen Internet, este aún es costoso en nuestra sociedad.”

- De la Clasificación de la Publicidad en Internet, ¿Cuál tiene esta empresa?

Poseemos página web.

- ¿Qué tipo de Campaña Publicitaria poseen en Internet?

“Publicidad Institucional, de Imagen”.

- ¿Cuáles son las estrategias de Publicidad en Internet de esta empresa?

“Se da a conocer por medio de hojas volantes, campos pagados en los diferentes medios de comunicación, anuncios de prensa”.

- ¿Quiénes realizan la Publicidad en Internet de esta empresa?

“La página se obtuvo mediante la colaboración del centro de documentación.”

- ¿Poseen un control de visitas?

No.

Nombre de la Empresa: BANCO CUSCATLÁN

Nombre del Entrevistado: Banco Cuscatlán, Departamento de Comunicaciones.

¿ En qué año deciden anunciarse en Internet?

A finales de los 90 , aproximadamente.

¿ Qué razones los lleva a utilizar Internet como medio publicitario?

Las razones principales es que Internet es un medio alternativo para anunciarse.

¿ Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentan al anunciarse en este medio?

“Desventaja ninguna, la mayor ventaja es la presencia en Internet, ser reconocidos.

¿ De la Clasificación de la Publicidad en Internet ¿Cuál es la que tiene esta empresa?

“Banner, página web – web pag. En la entrada están nuestros productos.

¿ Qué tipo de campaña Publicitaria poseen en Internet?

“Publicidad institucional con campañas de imagen.

¿ Cuáles son las estrategias de la Publicidad en Internet de esta empresa?

“Anunciamos Netbanking o banca electrónica, en los medios tradicionales.

¿ Quiénes realizan la Publicidad en Internet de esta empresa?

“La agencia Molina Bianchi hace el diseño para prensa y televisión, ese mismo diseño se

ocupa para Internet pero en este caso, poseemos un departamento de informática que se

encarga de la creación de las páginas web y banner.

¿ Poseen un control de visitas?

Si, contamos con un control de visitas.

Nombre de la Empresa: FAMENSAL

Nombre del Entrevistador:

- ¿ En qué año deciden anunciarse en Internet?

"En el año de 1997".

- ¿ Qué razones los lleva a utilizar Internet como medio publicitario?

"Dar a conocer nuestros productos internacionalmente".

- ¿ Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentan al anunciarse en este medio?

"La ventaja es darnos a conocer fuera de nuestras fronteras, desventaja ninguna".

- De la Clasificación de la Publicidad en Internet ¿Cuál es la que tiene esta empresa?

"La página web".

- ¿ Qué tipo de campaña Publicitaria poseen en Internet?

"Publicidad comercial, con exposición de productos".

- ¿ Cuáles son las estrategias de la Publicidad en Internet de esta empresa?

"Dar a conocer los productos variados con bajos costos y buena calidad".

- ¿ Quiénes realizan la Publicidad de esta empresa?

"SALNET".

- ¿ Poseen un control de visitas?

"Sí".

Nombre de la empresa: GRUPO GOLÁN

Nombre del entrevistado: Srita. Elsy Santos, ejecutiva de ventas

¿En qué año deciden anunciarse en Internet?

“La empresa nace hace quince años en Miami, es de nacionalidad israelita y los servicios que prestan son de seguridad personal y residencial. Hace dos años que estamos en el Salvador y desde 1994 poseemos nuestra página web la cual es creada y rediseñada en Miami,, en nuestra página se posee información de todas las sucursales de Latinoamérica de la empresa.

¿qué razones los lleva a utilizar Internet como medio publicitario?

En el principio como ahora acaparar el mercado, expandir el servicio, llegar a todas partes del mundo; y se ha logrado ese objetivo ya que por medio de Internet se llega más ligero y fácil a un gerente que por vía telefónica, además las ventajas no se han hecho esperar ya que se ha visto un alza en cuanto a nuevos clientes y esto ha hecho que en la actualidad se mejoren las ofertas de servicio de nuestra empresa, llegar a clientes más grandes, clientes más potenciales.

¿Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentan al anunciarse por este medio?

“A mejorado el servicio ya que se llega más rápido a los públicos objetivos, se abarca más dentro del mercado, la desventaja es que no llega a todos en nuestro país no se puede hablar de una expansión del Internet”.

De la clasificación de la publicidad en Internet ¿Cuál es la que esta empresa tiene?

“Página web”.

¿Qué tipo de campaña publicitaria poseen en Internet?

Publicidad institucional, pero a la vez dentro de nuestra página se pueden hacer transacciones comerciales, la campaña publicitaria es de imagen”

¿Cuáles son las estrategias que utilizan para anunciarse en dicho medio?

“Desde hace seis años ya hacemos uso de Internet y ya nuestros clientes.

conocedores de nuestra página y si no la misma empresa encarga de darla

a conocer por medio de los vendedores”.

¿Quiénes realizan la publicidad en Internet de esta empresa?

“Viene del exterior”.

¿Poseen un control de visitas de su publicación en Internet?

“No contesto”.

Nombre de la Empresa: MELHER S.A DE C.V.

Nombre del entrevistado: Sra. Lidia Morales, ejecutiva de mercado

¿En qué año deciden anunciarse en Internet?

“En 1999”.

¿Qué razones los lleva a utilizar Internet como medio publicitario?

“El alcance de usuarios a nivel mundial que tiene dicho medio, así como la segmentación más directa del público ya que los usuarios se distribuyen según los intereses”.

¿Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentan al anunciarse por este medio?

Una de las mayores desventajas en países como el nuestro, es que no todas las personas tienen la posibilidad de tener acceso a una computadora mucho menos a Internet, asimismo la ventaja de la pregunta anterior se vuelve también una desventaja ya que los usuarios se distribuyen en la red según sus intereses y no visitan páginas web que no son en ese momento de su interés “.

De la clasificación de la publicidad en Internet ¿Cuál es la que esta empresa tiene?

“Página web”.

¿Qué tipo de campaña publicitaria poseen en Internet?

“Publicidad comercial y campaña de imagen”.

¿Cuáles son la estrategias de la publicidad en Internet de esta empresa?

“Se dá a conocer todo material POP , asi como en la tarjeta de presentación de todo el personal que labora en la empresa”.

· ¿Quiénes realizan la publicidad en Internet de esta empresa?

“Gerente de mercadeo”.

· ¿Poseen un control de visitas?

“Si lo poseemos”.

Nombre de la Empresa: LABORATORIOS ANCALMO

Nombre del entrevistado: Srita. Silvia Navarrete , encargada del Dpto. de comunicaciones.

- ¿En qué año deciden anunciarse en Internet?

“En 1998 y la empresa es de capital salvadoreño”.

- ¿Qué razones los llevó a utilizar el Internet como medio publicitario?

“Por el avance tecnológico que se a dado a nivel comercial porque se llega más a mercado internacional ya que la empresa exporta productos y el Internet es el med ideal para darnos a conocer”.

- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentan al anunciarse por este medio?

“La empresa se da a conocer a nivel internacional ya que se reciben correos con pedidos desde Europa, la desventaja para nosotros es que la gente espera comprar un solo producto por Internet, y el comercio se puede dar si una distribuidora hace el contacto con nosotros por medio de Internet”.

- De la clasificación de la publicidad en Internet ¿Cuál es la que esta empresa tiene?

“Página web”.

- ¿Qué tipo de campaña publicitaria poseen en Internet?

“Publicidad comercial y campañas de imagen ya que se brinda información de lo que es la empresa y de los productos que se ofrecen”.

- ¿Cuáles son las estrategias de la publicidad en Internet de esta empresa?

“En todos los productos se coloca la dirección electrónica”.

- ¿Quiénes realizan la publicidad en Internet de esta empresa?

“Agencia de publicidad ASL”.

- ¿Poseen un control de visitas?

“No, solamente el control de la correspondencia que se recibe de los correos electrónicos, pero por pedidos o mensajes no por vistas”

Nombre de la Empresa: DHL

Nombre del Entrevistado: Lic. Jorge Pichinte, Gerente de información.

1- ¿ En qué año deciden anunciarse en Internet?

“La empresa ya tiene bastantes años, aproximadamente en 1991, ya que por ser multinacional, esta tecnología se adquirió del extranjero es decir que las políticas vienen de exterior”.

2- ¿ Qué razones los llevó a utilizar Internet como medio publicitario?

“Tener presencia a nivel mundial y no solo ser reconocidos en países en que se esta radicada la empresa”.

3- ¿ Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentan al anunciarse por este medio?

“Las ventajas son bastantes:

- Tener presencia en el mercado mundial
- Ventaja competitiva
- Oportunidad de negocios
- Valor agregado al cliente, etc

En cuanto a las desventajas, estas se dan en países latinoamericanos como el nuestro ya que la gente no entra al mundo de Internet, la falta de conocimientos, los bajos recursos económicos etc. Son algunos de los obstáculos.

4- De la Clasificación de la Publicidad en Internet, ¿Cuál es la que esta empresa tiene?

"La página web de DHL, es donde ofrecemos información general de la compañía , historial de datos geográficos, servicios que ofrece, entre otras cosas".

5- ¿ Qué tipo de campaña Publicitaria poseen en Internet?

"Campañas de Imagen y relanzamiento de precios, se esta dando a conocer al cliente lo nuevo que DHL , esta adquiriendo para estos".

6- ¿ Cuáles son las Estrategias de la Publicidad en Internet de esta empresa?

"La compañía central es un grupo de sistemas grandes que define la política de la empresa entre otras decisiones, las estrategias ellos las tienen, la empresa se encuentra registrada en la base de datos de los buscadores, y los banners se decide en que página se colocaran.

7- ¿ Quiénes realizan la Publicidad en Internet de la empresa?

"Viene del exterior".

8- ¿ Poseen un control de visitas?

"No hay control, porque se trata de una página global completa, no necesitamos darnos a conocer con tanto empeño somos una empresa bastante sólida".

Nombre de la Empresa: WEB INFORMATICA

Nombre del Entrevistado: Sr. Ricardo Peraza, Webmaster

1- ¿ En qué año deciden anunciarse en Internet?

“En 1997, la empresa nace como una inquietud de cuatro amigos ya que la empresa ofrece el servicio de webhosting, creación y animación de páginas web; como de bann la inquietud nació por la necesidad de crear un sitio en donde los jóvenes pudieran dar conocer sus ideas e inquietudes”.

2- ¿ Qué razones los llevó a utilizar Internet como medio publicitario?

“Los motivos fueron diversos, uno de ellos la inquietud por conformar una mini – empresa que ofreciera el servicio de alojamiento de páginas y soluciones de informática abierta y comunicación virtual, ya que en ese momento estaba en auge el anunciarse en Internet”.

3- ¿ Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentan al anunciarse por este medio?

“La mayor desventaja, es la escasez de Internet en los hogares salvadoreños, no cualquier persona tiene acceso a Internet, ya que la mayoría de personas tienen Internet en las oficinas o Universidades, pero el número de personas que tienen acceso a esta es bastante limitado ya que la mayoría se conecta por medio del teléfono del módem, pero las velocidades con las que se navega en la web no es la adecuada ya que para descargar un programa es bastante lento el sistema y ventajas todas las posibles desde darnos a conocer hasta una comunicación mucho más rápida y efectiva con nuestros visitantes y clientes”.

4- De la Clasificación de la Publicidad en Internet, ¿Cuál de estas maneja la empresa?

“Aparte de poseer nuestra propia página web como empresa Web informática, también hemos creado un sitio dirigido hacia los jóvenes, como lo es [guanacos.com](http://guanacos.com), también tenemos banner en otras páginas y estamos registrados en varios buscadores”.

5- ¿Qué tipo de campaña publicitaria poseen en Internet?

“Publicidad comercial, ya que al estar en Internet se está vendiendo nuestro sitio y además se dan a conocer anuncios de empresas a las cuales les prestamos nuestro servicio; la campaña publicitaria es de mantenimiento”.

6- ¿Cuáles son las estrategias de la Publicidad en Internet de la empresa?

“Por medio de los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa), como por ejemplo; radio 1080 pasa al aire cuñas de [guanacos.com](http://guanacos.com) (nuestro sitio) y además en eventos juveniles se colocan pancartas”.

7- ¿Quiénes realizan la Publicidad en Internet de la empresa?

“Nosotros mismos”.

8- ¿Poseen un control de visitas?

“Si se tiene un control de visitas a nivel interno de la página de Web informática y en [guanacos.com](http://guanacos.com) el contador se puede observar”.

Nombre de la Empresa: EDITORIALES LA CEIBA

Nombre del Entrevistado: Sr. Rigoberto Vladimir Solis.

- ¿ En que año deciden anunciarse en Internet?

"Se comenzó en Internet por el mes de mayo del año 20002.

- ¿ Qué razones los llevó a utilizar Internet como medio publicitario?

Se empezó siguiendo la inquietud de la gerencia por querer innovar, poniéndose en ventaja con otras librerías, ofreciendo un buen servicio y el servicio de ventas por Internet, tratar de esta manera de ingresar al área de ventas por Internet, para expandir el mercado ya en la empresa se trabaja con materiales de todo el mundo, fue así como la gerencia decidió que debía probarse ese campo, por ser pocas las empresas que vendían por Internet “.

- ¿ Cuáles son las ventajas y desventajas que se les presentan al anunciarse por este medio?

“La gran desventaja es que no toda la gente posee una computadora en el país y que esta misma no esta acostumbrada a la venta por Internet ya que esta actividad ha sido mínima aparte que recientemente no existía en el país el post – virtual (programa para la validación de tarjetas de crédito) y las ventas se realizaban mediante el correo electrónico, el cliente enviaba el correo con el pedido y este hacia un deposito a una cuenta, esto requería tiempo, fue hasta aproximadamente 2 meses que se obtuvo el sistema”.

- De la Clasificación de la Publicidad en Internet, ¿Cuál de estas maneja la empresa?

“Nos anunciamos en muchos de los buscadores más conocidos en Internet, la base de datos que se envía se actualiza periódicamente, además se cuentan con banners gratis, proporcionados por la agencia que nos provee el Internet y el hosting en su página principal”.

- ¿Qué tipo de campaña publicitaria poseen en Internet?

“Publicidad comercial con una campaña de información y de relanzamiento”.

- ¿ Cuales son las estrategias de la Publicidad en Internet de la empresa?

“Damos a conocer nuestra dirección electrónica en separadores, rótulos, anuncios de radica  
y artículos en el periódico”.

- Quiénes realizan la Publicidad en Internet de la empresa?

“Sitek, es una agencia de publicidad especializada en la creación de anuncios o diseños  
para la red”.

- ¿ Poseen un control de visitas?

“Si se tiene el control de visitas, pero este es interno y es un servicio que lo da la misma  
agencia (Sitek) el cual esta especificado en horas, días y mes”.

# ANEXO 2

## ENTREVISTAS REALIZADAS A EMPRESAS QUE PRODUCEN PUBLICIDAD EN INTERNET.

Nombre de la Empresa: WEB INFORMATICA

Nombre del Entrevistado: Sr. Ricardo Peraza, Webmaster

- ¿ Cuándo comenzaron a realizar Publicidad en Internet?

“Desde 1997, cuando inicio la empresa, la razón por que en ese tiempo el Internet estaba de moda a nivel empresarial y los iniciadores de todo esto tenían conocimientos sobre Internet se aventaron a esta gran aventura, fue así como se empezó a desarrollar un servicio en donde se creaban correos electrónicos no páginas web ya que la empresa cliente nos solicitaba una cuenta de correo (dirección) y la empresa con el tiempo se fue especializando contratando diseñadores gráficos y técnicos en el área de computación y con conocimientos de Internet al igual que personas que manejaran mercadotecnia, así poco a poco se ha ido capacitando al personal para tener el lugar que tenemos hoy en día”.

- ¿ Cómo promueven el servicio de dicha Publicidad?

“A través de nuestro Gerente General el Sr. Roberto Palomo, que es el encargado de promocionar y dar a conocer a los futuros clientes y por medio de nuestro propio sitio [guanacos .com](http://guanacos.com)”.

- ¿Cómo funciona la Publicidad en Internet?

“En primer lugar se contactan a los clientes o viceversa luego se tiene una reunión con estos y se concretan como ira la información y el diseño que tendrá la página web o banner”.

¿ Qué característica debe poseer una Publicidad en Internet?

“Esta debe de ser llamativa en su diseño y composición, es importante que al querer anunciarse por la red se haga por medio de una agencia o empresa publicitaria especializada en el área”.

¿ Trabajan con un guión como los medios tradicionales?

“No, al trabajar con Publicidad para Internet, no se sigue un guión, sino que se comienza a trabajar según la información que proporciona la empresa”.

¿ Qué tipo de empresa publicitaria se denominan?

Agencia publicitaria y accesoria estratégica para la aplicación de publicaciones en Internet

¿ Que forma de Publicidad tiene mayor demanda?

“La página web, ya que es en esta en donde se puede dar una información más detallada de lo que es la empresa, producto o servicio, asimismo el banner es muy utilizado por algunas empresas, aunque nos especializamos en la creación de páginas y sitios en la red”

¿ Cuáles son las ventajas y desventajas que se presentan en Internet?

“Las ventajas son múltiples desde una comunicación mucho más rápida hasta la posibilidad de poder contar con tecnología (programas) nuevos y la oportunidad de darse a conocer a un nivel mayor”.

¿ Cuáles son sus estrategias publicitarias en Internet?

“Darnos a conocer por medio de nuestro sitio [guanacos.com](http://guanacos.com). aparte de las otras estrategias que anteriormente mencione, como la radio, prensa, directorio telefónico, cuñas, etc”.

¿ Que tipo de campaña predomina más e Internet?

La comercial , con énfasis en la promoción de la imagen o mantenimiento del producto o servicio”.

Nombre de la Empresa: GRUPO EJJE

Nombre del Entrevistado: Sr. Juan Carlos Deras, Webmaster

1- ¿Cuándo comenzaron a realizar Publicidad en Internet?

“A finales de 1996”.

2- ¿Cómo promueven el servicio de dicha Publicidad?

“Se promueve a través de un programa, a través de banner, buscadores, periódicos, radica  
Además somos proveedores de Internet”.

3- ¿Cómo funciona la Publicidad en Internet?

“Dependerá desde que punto de vista se enfoque. El cliente se nos acerca, nos da sus  
ideas, nosotros la vamos moldeando junto con el cliente, hasta lograr lo que el cliente  
quiere”.

4- ¿Qué característica debe poseer una Publicidad en Internet?

“Que no abarque tanto espacio, es decir que las páginas no tengan mucho espacio. La  
publicidad debe ser concreta, hacer o tener gráficos livianos”.

5- ¿Trabajan con un guión como en los medios tradicionales?

“No, para nada, cada cliente tiene su estilo nosotros le hacemos su página”.

6- ¿Qué tipo de empresa Publicitaria se denominan?

“Casa de diseño de páginas web, pero además somos proveedores de Internet como ante  
lo mencionaba, asimismo venta de celulares, hosting, cibercafes entre otros servicios”.

7- ¿Qué forma de Publicidad en Internet tiene mayor demanda?

“Considero que la página web, donde levantamos los dominios, trabajamos imágenes y e  
alquiler de espacios para los banners”.

8- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que se presentan en Internet?

“Desventajas no hay, ya que la empresa esta disponible las 24 horas del día ya sea por un chat, buscador etc”.

Ventajas son varias, se puede dar un intercambio de banner ya sea colocándolos en otro sitio o pagándolos. Asimismo la empresa se da a conocer al mundo”.

- ¿ Cuáles son sus estrategias publicitarias en Internet?

“No tenemos una estrategia especifica, son las empresas las encargadas, nosotros les diseñamos la publicidad”.

0- ¿Qué tipo de campaña predomina más en Internet?

“Considero que campañas para darse a conocer”.

Nombre de la Empresa: TERRA

Nombre del Entrevistado: Lic. Carlos Mejia, Asesor del portal de TERRA en El Salvador.

¿Cuándo comenzaron a realizar Publicidad en Internet?

“Bueno somos españoles junto con el grupo telefónica, ya tenemos muchos años, pero en El Salvador Terra surge con ramas diversificadas aproximadamente en marzo del año 2000

¿Cómo promueven el servicio de dicha publicidad?

- Lo hacemos por diversas formas como el mercado directo.
- A través de ATENTO.
- Radio, prensa y televisión.
- Reuniones con clientes y agencias.

¿Cómo funciona la publicidad en Internet?

Tiene bastantes formatos el más común es el banner y depende para que se utilice, si se trata de fijación de marca no es necesario hacer un link a una página web, lo contrario de fullbanner es el clásico, se dice que genera la puerta al sitio web.

Los botones funcionan como los banner pero son más pequeños hablamos de 120 x 60 píxeles. Estos son ideales para fijación de marca.

Un banner cuesta \$30 en la página principal o caiga donde caiga. La publicidad se vende por CPM (Costo Por Milla).

Los popups son pequeñas ventanitas que aparecen en la pantalla del usuario que se encuentra navegando la cual sino la cierra estará allí perseverando que la abran.

También están los intersiciales. Es cuando se pasa un logo por así decirlo mientras está cambiándose el usuario a otro canal.

Website: es una página plana con información para el cliente.

En Terra no servimos publicidad de los clientes sino que Terra a subcontratado a una empresa conocida como Doubleclick, cuando un usuario entra a Terra esta haciendo un llamado a Doubleclick y este le envía una página, nosotros le enviamos información o material éste.

Qué característica debe poseer una publicidad en Internet?

Dependiendo del formato y para que se esta utilizando, si se trata de fijación de marca debe tener logo y palabras que lo identifiquen.

Trabajan con un guión como los medios tradicionales?

No, solo se le pide información al cliente o la agencia ya trae el diseño.

Qué tipo de empresa publicitaria se denominan?

Somos un medio publicitario.

Qué forma de publicidad en Internet tiene mayor demanda?

El banner y es que hacen formato para la fijación de marca y página web.

Cuáles son las ventajas y desventajas que se presentan en Internet.

Ventajas son muchas:

- Se puede segmentar y llegar al público objetivo.

- Su espacio geográfico.

- Se puede llevar un mejor control durante las 24 horas del día.

- Tiempo de respuesta inmediata.

Desventajas no veo ninguna, en El Salvador sería el acceso.

Cuáles son sus estrategias publicitarias en Internet?

Estas dependerán de la marca y no de la agencia. El cliente viene y delimita su público objetivo, nosotros le podemos sugerir los lugares idóneos, etc.

0- ¿Qué tipo de campaña predomina más en Internet?

Campañas de mantenimiento con fijación de marca.

Nombre de la empresa: Interpass

Nombre del entrevistado: Ing. Richard Osterude, Gte. De Interpass

- ¿Cuándo comenzaron a realizar publicidad en Internet?

Los dominios se adquirieron en 1997, ha sido lento, fue hasta 1998 que ya comenzamos a la creación de esta.

- ¿Cómo promueven el servicio de dicha publicidad?

Igual que un medio tradicional, contamos con ejecutivos de venta, hacemos uso de la radio, en el directorio telefónico, el periódico y por supuesto contamos con nuestra página web donde se detalla mejor la información. Hay empresas que nos conocen por medio de otras.

--¿Cómo funciona la publicidad en Internet?

Este es un medio que funciona de manera específica, hay mayor información, cuando decidimos hacer una página por ejemplo, el cliente nos brinda toda la información necesaria que desea aparezca en la web, luego se le creará su página con fondos, colores, movimientos, etc. de manera atrayente. Se cobra un costo por las veces que aparecerá el anuncio por decir algo, hay impresiones que cuestan 10 dolares.

- ¿Qué características debe poseer una publicidad en Internet?

Debe poseer la información necesaria de manera que llame la atención. Asimismo debe tratar de mantener la imagen de la empresa proporcionando información específica.

¿Trabajan con un guión como los medios tradicionales?

No, los clientes solo dan la información y nosotros les recomendamos por ejemplo la página web.

¿Qué tipo de empresa publicitaria se denominan?

Somos una agencia de publicidad en Internet.

¿Qué forma de publicidad en Internet tiene mayor demanda?

Definitivamente la página web, la mayoría de clientes no vienen hacia nosotros y nos dicen quiero un anuncio en forma de botón u intersicial. Lo más común es que quieran un sitio o página web.

¿Cuáles son las ventajas y desventajas que se presentan en Internet?

Se da un intercambio de información, se puede crear presencia en la red, además traspasa las fronteras y darse a conocer en todo el mundo, encontrar información amplia de un producto o servicio desde que nace hasta lo más actual, algo que en un spot de televisión no lo están mostrando. Es decir que satisface las necesidades de las empresas que se anuncian y a la vez se esta a la vanguardia en cuanto a tecnología.

La única desventaja, que se puede decir, es que en éste país la gente no tiene los conocimientos de lo que es en sí publicidad en Internet, aún a nivel de empresas, hay quienes no tienen un mejor conocimiento de dicha herramienta para anunciarse.

¿Cuáles son sus estrategias publicitarias en Internet?

Estrategia en Internet es más específica, ya que las personas que se conectan a la red están en lugares específicos. En una determinada página entraron 40 personas por decir algo, se recogen los datos y se va haciendo una idea del perfil de esos usuarios, y es ahí

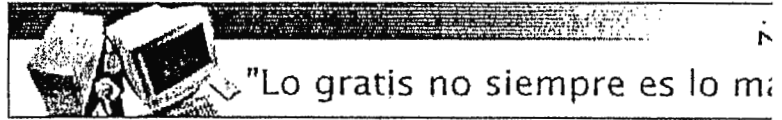
donde se va observando si se puede introducir un determinado producto. Se dan los servicios de correo gratuito, mediante este se puede enviar publicidad.

Estrategias son muchas y dependerán de la empresa más que todo.

D- ¿Qué tipo de campaña predomina más en Internet?

Campañas de imagen y mantenimiento.

# ANEXO 3



Voila [dropdown arrow]

**Ingresar tus Datos**

Usuario   
Contraseña



**Acceso a Internet**

**Inscríbete Aquí  
Para Navegantes**

- Mi correo
- Mis Servicios
- Mis Cuentas
- Páginas Personales
- Mi Navegante**



**Plan  
Sin Límites**

- ₡ 400.00 Mensuales  
**Incluye consumo de teléfono por el uso de Navegante**
- Correo Electrónico Gratis (5 correos de 5MB)
- Inscripción **Sin Costo y Sin Contratos** en todos los planes los precios no incluyen IVA

**Servicios**

- Chat
- Horóscopo
- Notipersonal
- Noticias
- Guía Comercial
- Entretenimiento
- Clasificados
- Teléfonos Útiles



**Plan  
Avance**

- ₡ 99.00 Mensuales  
**Incluye consumo de teléfono por el uso de Navegante**
- Y además
- 10 horas de navegación
- ₡ 5.50 por hora (El tiempo adicional se cobra por minuto exacto)

**Lo Mejor de la Web**

**Productos Navegante**

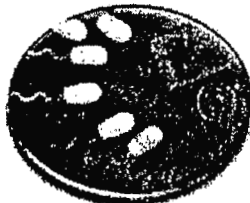
**Acceso a Internet**

Navegante Hosting

Navegante + PC

**Ayuda**

- Reporte de Fallas
- Preguntas Frecuentes
- Opinión del Servicio



**Plan  
Fácil**

DESCARGALO AQUI

- ₡ 10.00 por hora  
**Incluye consumo de teléfono por el uso de Navegante**
- Y además
- Correo Electrónico (1 web mail de 3MB). **Accesalo Aquí**
- Diskettes (para configuración Fácil)
- Inscripción **Sin Costo y Sin Contratos** en todos los planes los precios no



Has si  
tu par



Can  
Dc

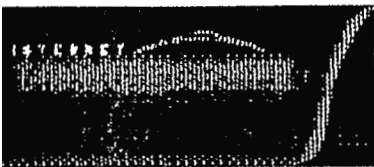
n

tu

dis  
El Salv



# ANEXO 4



# Plan Avance

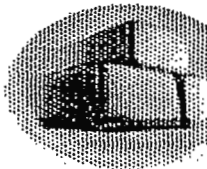
Voila

### Ingresar tus Datos

Usuario   
Contraseña



NOVIAJIVIA PLUS.COM



## WebHosting Premium

- Instalación \$55
- Cuota Fija \$55
- Espacio en Disco 30Mb
- Aprox. Pag. Web 900
- Serv. Registro Dominio \$25 .com,sv
- Serv. Registro Dominio \$50 .com, net, org
- Transferencia Ilimitada 30,000
- Pag. Servidas (hits) Ext. FrontPage98
- Control Panel
- 10 Cuentas POP3
- 10 Cuentas Aliase
- 5 Accesos a Internet
- 5 Auto-Respodedor
- FTP Anónimo
- Chat
- Libro de Visitas
- Boletinera
- Base de Datos Access
- Base de Datos SQL
- Soporte para .asp
- Acceso a SSL
- IP

## Plan Fácil

Ya hiciste tu primera transacción en dólares?

- Sí
- No

## CONVERTIDOR DE MONEDAS

Cantidad

## navegante

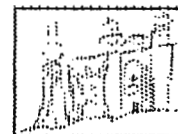


tu primera visita

## camara



disfruta de la vista de El Salvador del Mundo desde la Torre Telecom



Revista Cultural

### Mi Navegante

Mi Contenido  
Mi Agenda  
Free Mail  
Mi Perfil

### Servicios

Chat  
Horóscopo  
Notipersonal  
Noticias  
Guía Comercial  
Entretenimiento  
Clasificados  
Teléfonos Utiles

### Lo Mejor de la Web

### Productos Navegante

Acceso a Internet  
Navegante Hosting  
Navegante + PC  
Ayuda

Reporte de Fallas

Preguntas Frecuentes

Opinión del Servicio



## WebHosting Plus

- Instalación \$40
- Cuota Fija \$40
- Espacio en Disco 20Mb
- Aprox. Pag. Web 600
- Serv. Registro Dominio \$25 .com,sv
- Serv. Registro Dominio \$50 .com, net, org
- Transferencia Ilimitada 30,000
- Pag. Servidas (hits) Ext. FrontPage98
- Control Panel
- 7 Cuentas POP3
- 7 Cuentas Aliases
- 3 Accesos a Internet
- 3 Auto-Respodedor
- FTP Anónimo
- Chat
- Libro de Visitas
- Boletinera
- Base de Datos SQL



# WebHosting Básico

- Instalación \$30
- Cuota Fija \$30
- Espacio en Disco 10Mb
- Aprox. Pag. Web 300
- Serv. Registro Dominio \$25 .com.sv
- Serv. Registro Dominio \$50 .com, net, org
- Transferencia Ilimitada 22,500
- Pag. Servidas (hits)
- Ext. FrontPage98
- Control Panel
- 5 Cuentas POP3
- 5 Cuentas Aliases
- 1 Accesos a Internet
- 3 Auto-Respodedor
- FTP Anónimo
- Chat
- Libro de Visitas

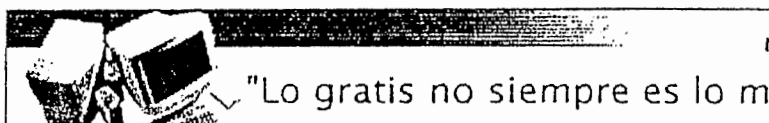
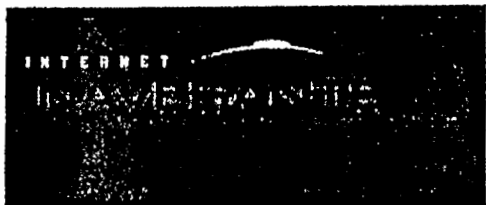
Para mayor información sobre Navegante Hosting  
puedes contactarnos al 2717373  
puedes escribirnos a  
[telecom\\_grandesclientes@cte.com.sv](mailto:telecom_grandesclientes@cte.com.sv)



Anúnciate ! Contáctanos ! Acerca de Navegante

Copyright © 2000 Telecom El Salvador.  
Todos los derechos reservados.

# ANEXO 5



Voila

### Ingresar tus Datos

Usuario

Contraseña



## Acceso a Internet

Inscríbete Aquí  
Para Navegantes



## Plan Sin Límites

- ₡ 400.00 Mensuales  
**Incluye consumo de teléfono por el uso de Navegante**
- Correo Electrónico Gratis (5 correos de 5MB)
- Inscripción **Sin Costo** y **Sin Contratos** en todos los planes los precios no incluyen IVA

Mi correo

Mis Servicios

Mis Cuentas

Páginas Personales

### Mi Navegante

Mi Contenido

Mi Agenda

Free Mail

Mi Perfil

### Servicios

Chat

Horóscopo

Notipersonal

Noticias

Guía Comercial

Entretenimiento

Clasificados

Teléfonos Útiles

Lo Mejor de la Web

**Productos Navegante**

**Acceso a Internet**

Navegante Hosting

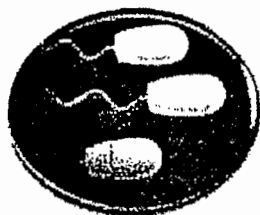
Navegante + PC

### Ayuda

Reporte de Fallas

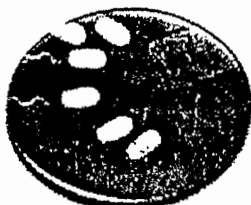
Preguntas Frecuentes

Opinión del Servicio



## Plan Avance

- ₡ 99.00 Mensuales  
**Incluye consumo de teléfono por el uso de Navegante**
- Y además
- 10 horas de navegación  
₡ 5.50 por hora (El tiempo adicional se cobra por minuto exacto)
- Correo Electrónico Gratis (3 correos de 3MB)
- Inscripción **Sin Costo** y **Sin Contratos** en todos los planes los precios no incluyen IVA



## Plan Fácil

DESCARGALO AQUI

- ₡ 10.00 por hora  
**Incluye consumo de teléfono por el uso de Navegante**
- Y además
- Correo Electrónico (1 web mail de 3MB). **Accesalo Aquí**
- Diskettes (para configuración Fácil)
- Inscripción **Sin Costo** y **Sin Contratos** en todos los planes los precios no



Has si  
tu par

Can

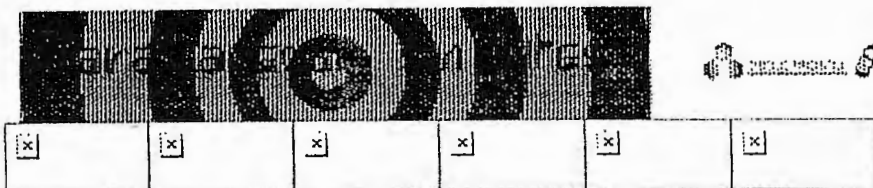
De

n

tu

dis  
El Salv

# ANEXO 6



Webhosting y Diseño

## ¿Qué es Web Hosting?

Si usted tiene un negocio y decide que es tiempo de aprovechar los últimos avances tecnológicos para promocionarse fuera de su localidad, para dar un soporte más eficiente a sus clientes o para vender sus productos a todo el mundo.

Lo que necesita es una página en Internet. Esta página requiere de un diseño con textos y gráficos apropiados y de un servidor de muy alto rendimiento con una conexión de alta velocidad a Internet. Como dicho servidor y conexión requieren de una inversión importante y su administración y mantenimiento es bastante complejo, resulta poco eficiente tener uno propio y mucho más conveniente rentar espacio en un servidor administrado por especialistas.

A esa renta de espacio en un servidor de alto rendimiento para que todo el mundo pueda acceder su página se le llama Web Hosting.

## ¿Qué necesito?

### Diseño de pagina del sitio.

El diseño gráfico de las páginas de acuerdo a la imagen que desea transmitir de su empresa. Un buen sitio generalmente incluye información general de su empresa, de los servicios y productos que ofrece (para lo cual se requiere en ocasiones una base de datos), de la forma de adquirirlos, y formas de comunicación con la empresa. Toda esta información y gráficos es formateada y guardada en archivos HTML.

Para el diseño de sus páginas puede contratar a un diseñador gráfico especializado en Internet, o bien puede utilizar los servicios de diseño de paginas web de Internet de Telemovil.

### Una cuenta de Hosting.

Una vez creados los archivos HTML de su sitio, es necesario ponerlos en un servidor de Internet. Esto no es más que una computadora de muy alto rendimiento, con una conexión, de alta velocidad y ancho de banda, a la columna vertebral de Internet. Desde dicho servidor, su sitio puede ser accesado desde cualquier rincón del mundo, por cualquiera que tenga acceso a Internet con solo dirigir su browser a la URL de su empresa. Esta URL, o dirección de Internet, puede ser por ejemplo: <http://www.su-compañia-aquí.com/>, o si prefiere economizar, Internet de Telemovil le ofrece la opción de [www.su-compañia-aquí.telemovil.com](http://www.su-compañia-aquí.telemovil.com)

- **WEBHOSTING (Alojamiento)**

- 1. Plan Micro Web \$7.50 + Iva / mes

- 1 MB de espacio en nuestros
- MB adicional \$ 3.00 + Iva / mes
- 100 MB de transferencia mensual al Internet
- Modulo de análisis de trafico
- Costo de registro de dominio SVNET: \$ 60.00 + Iva

- 2. Plan Med Web \$ 15.00 + Iva / mes

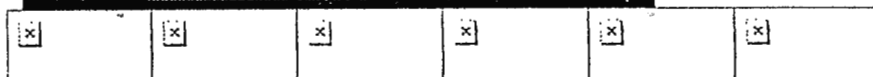
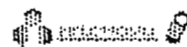
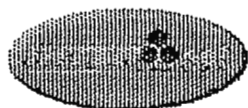
- 3 MB de espacio en nuestros servidores
- MB adicionales \$ 2.00 + Iva / mes
- 200 MB de transferencia mensual al Internet
- Modulo de análisis de trafico
- Costo de registro de dominio SVNET: \$ 50.00 + Iva
- Con el registro de dominio se lleva gratis 1 CORREO VIRTUAL DE 5 MB

- 3. Plan Ultra Web \$50.00 + Iva / mes

- 10 MB de espacio en nuestros servidores
- MB adicional \$1.00 + Iva / mes
- 500 MB de transferencia mensual al Internet
- 5 Correos virtuales
- Diseño de su Home Page
- 1 formula Web
- Modulo de análisis de trafico
- 20 revisiones a la página web mensuales
- Costo de página adicional \$ 50.00 + Iva
- Correo virtual adicional \$ 2.50 + Iva / mensual

Nota: si el cliente lo requiere se le puede entregar un archivo FTP para hacer los cambios respectivos en línea.

# ANEXO 7



## Planes y Servicios

---

¿Que es? :

Planes

Webhosting :

Planes Diseño

y más :

Que es FTP? :

Nuestros Clientes :

FAQ :

### Plan MicroWeb \$ 7.50 + IVA al mes

- 1 MB de espacio en nuestros servidores.
- MB adicional \$3.00 + IVA/Mes.
- 100 MB de Transferencia Mensual al Internet.
- Módulo de Análisis de Tráfico.

Costo de Registro de Dominio:  
**SVNET \$50.00 + IVA.**

### Plan Med Web \$15.00 + IVA al mes

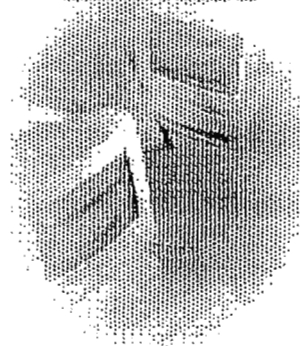
- 3MB de espacio en nuestros servidores.
- MB adicional \$2.00 + IVA/MES.
- 200 MB de Transferencia Mensual al Internet.
- Modulo de Análisis de Tráfico.

Costo de Registro de Dominio:  
**SVNET \$50.00 + IVA.**

Al registrar el dominio lleva  
**GRATIS!!**

1 Correo Electrónico Virtual de 5MB

### Servicios



### Plan Ultra Web \$50.00 + IVA al mes

- 10 MB de espacio en nuestros servidores.
- MB adicional \$1.00 + IVA/Mes.
- 500 MB de Transferencia Mensual al Internet.
- 5 Correos Virtuales.
- Diseño de su Home Page.
- 1 Formulario Web.
- Módulo de Análisis de Tráfico.

Registro de Dominio SVNET  
**GRATIS !!!**

[Volver al Principio de la Página](#)

---



que te conviene:

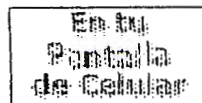


Medidas de 392x72 Pixels

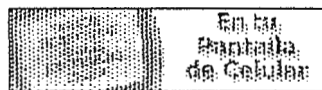
**Diferentes Planes:**

Plan #1	Plan #3
20,000 IMPRESIONES	65,000 IMPRESIONES
\$200.00 + IVA	\$520.00+IVA

Plan #2	Plan #4
40,000 IMPRESIONES	90,000 IMPRESIONES
\$360.00 + IVA	\$630.00 + IVA



Medidas de 120x60 Pixels



Medidas de 234x60 Pixels

[Volver al Principio de la Página](#)

---

# ANEXO 8

➤ WEB PAGE DESINGN (Diseño)

HOME PAGE	\$ 100.00
PAGINA ADICIONAL	\$ 50.00

Estas paginas contienen 3 fotos dadas por el cliente , Texto, sin Animación, ni Sonido

➤ SERVICIOS ADICIONALES

ANIMACION	\$ 40.00
FORMULARIO	\$ 25.00
SONIDO	\$ 30.00
FOTOGRAFIA DE ARCHIVO (DIGITAL)	\$ 5.00
FOTOGRAFIA CON CAMARA DIGITAL	\$ 15.00

PLAN DE REVISION DE SITIOS WEB

PAGO MENSUAL ADELANTADO \$ 25.00  
Incluyen 20 revisiones a las paginas del Sitio web al Mes

Revision Adicional \$ 1.00

TRASPASO DE DOMINIO \$ 20.00

\* Precios no incluyen Iva

BANNERS PUBLICITARIOS	
DATOS ESTADISCOS	Mas de 3,000 visitas diarias
USUARIOS SALVADOREÑOS	75 %
USUARIOS EXTRANJEROS	25 %
MEDIDAS DE BANNERS	398 X 60 pixeles
NUMERO DE USUARIOS DE INTERNET DE TELEMovil	10,000 USUARIOS

PLAN NO. 1	
NUMERO DE IMPRESIONES	20,000
VALOR POR MILLAR	\$ 15.00
VALOR DEL PAQUETE	\$ 300.00



**INTER**



Anunciese con  
**INTERnet**

Navega por INTER  
de TELEMovil...

no se pa  
es **GRATIS**  
Click aquí

Plan de Navegación	Costo Mensual	Número de Accesos	Horas Incluidas	Tarifa Hora Adicional	Accesorios que incluye	Costo Instalación
Plan 5x1	\$90.00	5	Ilimitado	N/A	5 Email (5MB)	GRATIS

Plan de Hosting	Costo Mensual	MB de Espacio en Disco	Emails Virtuales Incluidos	MB de Espacio Adicional	Modulo de Analisis de Trafico
Plan MicroWeb	\$7.50	1 MB	N/A	\$3.00	Si
Plan MedWeb	\$15.00	3 MB	1 Email	\$2.00	Si
Plan UltraWeb**	\$50.00**	10 MB	5 Email	\$1.00	Si

\* Plan UltraWeb incluye además diseño de su Homepage y un Formulario.

Tipo de Registro	Valor
SVnet (www.su-empresa.com.sv)	\$50.00
Internic (www.su-empresa.com)	\$100.00

Plan de Navegación	Costo Mensual	Número de Accesos	Horas Incluidas	Tarifa Hora Adicional	Accesorios que incluye	Costo Instalación
Enlace Dedicado 128Kbps	\$650.00	40	Ilimitado	N/A	20 email (5 MB) maximo	\$775.00
Enlace Dedicado 256Kbps	\$1250.00	80	Ilimitado	N/A	40 email (5 MB) maximo	\$775.00

Tipo de Registro	Valor
Diseño Homepage **	\$100.00
Página Adicional **	\$50.00
Items Adicionales	
Animaciones	\$40.00
Formulario Web	\$25.00
Clip de sonido	\$30.00
Fotografía de Catalogo	\$5.00

## PAQUETE DISEÑO DE PAGINA WEB

- Diseño de página WEB con 3 Fotos (imagenes, diagramas, gráficos etc...)
- 1 Mega de espacio total.
- Inscripción en distintos motores de búsqueda.
- Se colocara en la pagina principal de Grupo EJJE por un periodo aproximado de 1 semana.
- Soporte técnico en caso de problemas con la pagina web.
- 1 Correo Electrónico
- 1 Contador de Visitas

**Precio Paquete: \$ 28.50**

10:28 AM

17-08-2008

### *Servicios Adicionales:*

- Pagina Adicional \$ 28.50 c/u
- Creación de Logos o Banners \$ 14.25 c/u
- Fotos adicionales \$ 4.55 c/u.
- Vídeo y Sonido \$ 14.25
- Servicios de Actualización: Si la actualización es menos de 50% de un el costo es de \$ 14.25, si es más del 50% es \$ 28.50.

### **Dominios:**

"categoría".ejje.com/compañía	\$ 5.70 anuales
compañía.ejje.com	\$ 25.00 anuales
compañía.com.sv	\$ 50.00 anuales
compañía.com	\$ 150.00por 2 años

Nota: Para las tres opciones, la mensualidad es de \$ 10.00 ( 2 M

Cada 5 Mbs. Adicionales o fracción \$ 10.00

\*\*\* Precios cotizados no Incluyen IVA\*\*\*

# ANEXO 9



- Historia de la Empresa
- Productos
- Calidad Total
- Mercados
- COMELSA
- Contáctenos

