

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Ciencias y Humanidades

Departamento de Ingeniería Industrial

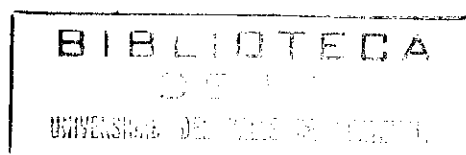
DISEÑO DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE MUEBLES QUE UTILIZA
INTERNET, COMO MEDIO DE PROMOCION, DE ASISTENCIA A LOS CLIENTES Y
DE COBRO

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ MAZARIEGOS

Trabajo de Graduación presentado para optar al grado
Académico de Licenciado en Ingeniería Industrial


Guatemala

2001.



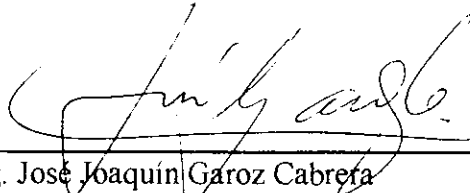
DISEÑO DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE MUEBLES QUE UTILIZA
INTERNET, COMO MEDIO DE PROMOCION, DE ASISTENCIA A LOS CLIENTES Y
DE COBRO

Vo.Bo. :

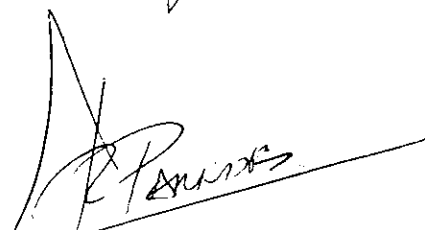
(f) 

Ing. Francisco Javier Rodríguez Mazariegos
Asesor

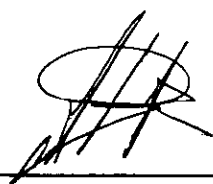
Tribunal:

(f) 

Ing. José Joaquín Garoz Cabreza

(f) 

Ing. Carlos Roberto Paredes De la Vega

(f) 

Ing. Francisco Javier Rodríguez Mazariegos

Fecha de aprobación: ~~20 de Octubre del 2001.~~

13 NOV. 2001

A Dios por esta vida,
a mis abuelos por la guía,
a mis padres por su amor,
a mis hermanos por su apoyo.

INDICE

	Pagina
I. INTRODUCCIÓN	1
II. OBJETIVOS	3
A. General	3
B. Específicos	3
III. ANTECEDENTES	4
A. ¿Qué es Internet?	4
B. ¿Cómo funciona Internet?	5
C. Historia de Internet	6
D. ¿Qué facilidades ofrece Internet?	7
E. ¿Para qué sirve una página Web?	7
F. ¿Qué tipos de Página existen?	9
IV. PROCESO DE DISEÑO	11
A. Diseño de la empresa	11
1. Análisis de Mercado	11
2. Análisis de fuerzas y debilidades	12
3. Concepto del negocio	14
4. Selección de productos	15
5. Diseño del Catálogo	16
6. Selección de Tiendas y artesanos	20
7. Fotografías	20
8. Política de Envíos	21
9. Política de Devoluciones	21
10. Logística Despachos	21
11. Empaque	22
1. Clasificación de empaques	22

2. Puntos a considerar en el empaque de artesanías	22
3. Proceso de empaque	23
12. Transporte	23
13. Servicio al Cliente	24
V. DISEÑO DE LA TIENDA VIRTUAL	25
A. Selección de la página	25
B. Selección del idioma	25
C. Registro del dominio	25
D. Hosting	27
E. Diseño de la página	28
1. Lo que se necesita	29
2. Cómo construirlo	29
3. Cómo fijarlo	31
F. Resumen Costos de Diseño	32
G. Registro en buscadores	33
H. Cobro por Internet	33
I. Publicidad	35
J. Mantenimiento	36
K. Actualización	37
L. AGEXPRONT	38
VI. CONCLUSIONES	39
VII. RECOMENDACIONES	40
VIII. BIBLIOGRAFÍA	41
IX. ANEXOS	43

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día nos encontramos inmersos en una revolución tecnológica de intercomunicación humana, como nunca antes en la historia se había producido. El fenómeno Internet rompe fronteras y barreras, nos consolida en lo que se ha llamado una aldea global. El diseño de una empresa en esta nueva economía que apenas está floreciendo, conlleva muchos retos y de la misma forma contiene posibilidades sin fin. De igual manera implica riesgos. Son empresas de última generación, en las cuales no se puede imitar, se debe crear e innovar. Ya no se puede pensar en el mercado como una ciudad, un país o un continente, el mercado se convierte en un mercado mundial.

En estos momentos al hablar de Internet, se habla de grandes fracasos, de proyectos que fueron solamente un gran espejismo, en los cuales se invirtieron miles de millones de dólares y el único resultado positivo que se obtuvo fue la experiencia. Darse cuenta que Internet representa un mercado con grandes oportunidades, para el cual se debe crear una logística capaz de proveer un buen servicio a un costo mínimo y rentable. Esta última palabra, perdida en el vocabulario de muchos empresarios “emprendedores”, gente con grandes ideas, pero en muy pocos casos con experiencia empresarial. Personas que planteaban la creación de nuevas empresas, ingresando a negocios en los cuales ellos nunca habían participado, y por lo tanto no contaban con el know-how necesario para tener éxito. Al contrario, las empresas que sabían de su negocio y que utilizaron Internet como una herramienta, son las empresas que lograron el éxito en este nuevo medio. Expandiendo su mercado, sus ventas y que generaron suficientes ingresos como para costear la creación y el mantenimiento de la tienda virtual. En otras palabras, formaron exitosamente una sucursal. Es desde este enfoque, que nace el presente proyecto, en el que como verán a continuación no se crea una empresa, sino una herramienta que distribuirá y venderá los productos de varias tiendas y artesanos a un nuevo mercado.

collectionguatemala.com será una empresa chapina con la que se espera generar una experiencia que anime la capacidad creadora e innovadora de varios empresarios en Guatemala. Este proyecto no sólo se enfoca en el diseño de la tienda, a su vez se convierte en una referencia o un manual, para que otras personas puedan aprender acerca de la

elaboración de una tienda virtual. Un diseño en el cual se buscaron todas las opciones disponibles en el mercado guatemalteco, para encontrar los menores costos posibles, a través de un diseño y una logística sencilla y simple.

Por lo tanto, la idea central es crear una vitrina para exponer una gran cantidad de productos elaborados en nuestro país. Para ingresar a la tienda, los artículos deben contar con ciertas características: ser productos atractivos y originales para el mercado internacional, tener un alto valor agregado de transformación, y el más importante de todos que sean elaborados en Guatemala.

Para que el cliente pueda distinguir el origen del producto, debe contar con una diferenciación regional original, algo semejante a una denominación de origen. Esto se logra a través de productos que estén ligados a nuestra rica historia y pluriculturalidad única en el mundo. Deben llevar con orgullo el sello “Hecho en Guatemala”, para que a la vez sean elementos de promoción de este bello país. Los muebles estilo colonial y las artesanías decorativas reúnen esas características.

Así que permítanme introducirlos al proceso de diseño de esta nueva tienda.....

II. OBJETIVOS

A. General:

Diseñar una empresa para exportación de muebles estilo colonial y artesanías decorativas que competirá en el mercado mundial a través de una tienda virtual en Internet.

B. Específicos:

1. Crear una referencia o guía rápida y breve a través de la cual artesanos y comerciantes guatemaltecos puedan asesorarse para realizar una tienda virtual.
2. Diseñar una tienda virtual funcional y de calidad que requiera la menor inversión posible, la cual permita colocar al artesano sus productos a nivel internacional al potenciar la micro y mediana empresa local.
3. Diseñar una empresa que utiliza el Internet como medio de promoción, cobro y asistencia a clientes el Internet.

III. ANTECEDENTES

Hoy en día muy pocas personas no han oído hablar de Internet, pero al mismo tiempo muy pocas personas saben realmente cómo funciona. Por lo tanto, para diseñar o implementar una tienda virtual en Internet, lo primero que debemos hacer es conocer el medio en el cual nos vamos a desenvolver.

A. ¿Qué es Internet?

Básicamente Internet es una gran red, más bien un conjunto de redes, redes de equipos (computadoras, servidores, equipos de interconexión, etc) unidos mediante canales de comunicación (cables de redes locales, cables de telefonía, fibra óptica, señales satelitales, etc) que conectan puntos alrededor de todo el mundo. Prácticamente no existe mayor diferencia entre Internet y la red telefónica que utilizamos a diario, lo que cambia es la cantidad de funciones y contenidos que se pueden intercambiar por medio del equipo de conexión (PC, teléfono celular, módem, etc) El acceso de los equipos que están conectados a Internet puede ser público o estar restringido. Una red de cajeros automáticos o terminales de banco pueden estar conectados en Internet pero no ser de acceso público, aunque formen parte teórica de la red.

En cuanto a organización se refiere, Internet no tiene en realidad una cabeza central, ni un único organismo que la regule o que vele por su funcionamiento. La mayoría de la infraestructura de la cual se compone es pública, y ha sido instalada o montada a través de gobiernos, universidades y organismos internacionales. Existen muchos grupos y organizaciones que siguen trabajando en el mantenimiento y desarrollo de nuevas tecnologías para aumentar la capacidad y velocidad del servicio, así como de ampliar la gama de las aplicaciones de Internet. Incluso compañías privadas invierten sumas millonarias en el desarrollo de nuevos componentes, equipos y software para su funcionamiento. También existe una gran parte de Internet que es privada, propiedad de empresas que prestan servicios de interconexión a la red o que a través de sus servidores presentan contenidos o tiendas virtuales.

B. ¿Cómo funciona Internet?

Para responder de forma sencilla nos referimos a Román (200: 25-27), que nos explica que en Internet las comunicaciones concretas se establecen entre dos puntos: uno es la computadora personal desde la cual el usuario ingresa a la red y el otro es cualquiera de los servidores que hay en la red y facilitan la información. El fundamento de Internet es el TCP/IP, un protocolo de transmisión que asigna a cada máquina que se conecta un número específico, llamado "número IP" (que actúa a modo de "número teléfono único") como por ejemplo 168.585.26.11. El protocolo TCP/IP sirve para establecer una comunicación entre dos puntos remotos mediante el envío de información en paquetes. Al transmitir un mensaje o una página con imágenes, por ejemplo, el bloque completo de datos se divide en pequeños bloques que viajan de un punto a otro de la red, entre dos números IP determinados, siguiendo cualquiera de las posibles rutas. La información viaja por muchas computadoras intermediarias a modo de repetidoras hasta alcanzar su destino, lugar en el que todos los paquetes se reúnen, reordenan y convierten en la información original. Millones de enlaces se establecen entre puntos distintos cada día, pasando por miles de equipos intermediarios.

La gran ventaja del TCP/IP es que es inteligente. Como cada intercambio de datos está marcado con números de referencia IP determinados, las comunicaciones no tienen por qué cruzarse. Y si los paquetes no encuentran una ruta directa, las computadoras intermediarias prueban vías alternativas. Se realizan comprobaciones en cada bloque para que la información llegue intacta, y en caso de que se pierda alguno, el protocolo lo solicita de nuevo hasta que se obtiene la información completa. TCP/IP es la base de todas las máquinas y software sobre el que funciona Internet: los programas de correo electrónico, transferencia de archivos, transmisión de páginas con texto e imágenes y enlaces de hipertexto. Cuando es necesario, un servicio automático llamado DNS convierte automáticamente esos números IP a palabras más entendibles (como www.uvg.edu.gt) para que sean fáciles de recordar.

Toda la Internet funciona a través de TCP/IP, y por razones históricas se encuentra muy ligada al sistema operativo Unix. Por suerte, los usuarios actuales no necesitan tener ningún

conocimiento de los comandos Unix para poder navegar por la Red: todo lo que necesitan es saber utilizar un navegador y un mouse.

C. A continuación una breve reseña de la **Historia de Internet** .

Esta se inició como un proyecto del departamento de defensa del gobierno de los Estados Unidos. A finales de los años 60, la ARPA (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados) del Departamento de Defensa definió el protocolo TCP/IP. La idea era garantizar mediante este sistema la comunicación entre dos sitios remotos en caso de un ataque nuclear. Ahora el TCP/IP sirve para garantizar la transmisión de los paquetes de información entre dos puntos de la red, siguiendo cualquier ruta disponible. En el año de 1975, ARPAnet comenzó a funcionar como red, sirviendo como base para unir centros de investigación militares y universidades, y se trabajó en desarrollar protocolos más avanzados para diferentes tipos de computadoras y funciones específicas. En 1983 se adoptó el TCP/IP como estándar principal para todas las comunicaciones, y en 1990 desapareció ARPAnet para dar paso al conjunto de otras redes que funcionan bajo el protocolo TCP/IP dando vida a Internet. Por aquel entonces también comenzaron a operar organizaciones privadas en la red. Poco a poco, todos los fabricantes de computadoras personales y redes han incorporado el TCP/IP a sus sistemas operativos, de modo que en la actualidad cualquier equipo está listo para conectarse a Internet.

Internet esta constituida por muchas redes, entre las cuales vale la pena destacar la que proporciona acceso a los grupos de noticias (Usenet), que data de 1979 y la World Wide Web (WWW.), de principios de los 90.

D. ¿Qué facilidades ofrece Internet?

En Internet puede encontrarse e intercambiarse prácticamente toda la información que pueda imaginarse: texto, fotografías, audio, video, programas, datos, enciclopedias, novelas, investigaciones...etc. y con el marco legal que se ha creado para Internet se puede realizar prácticamente cualquier transacción: compras, pagos, intercambio de valores,

transferencias electrónicas, etc. Hay algunos cálculos que estiman que la información en Internet se multiplica por diez cada año.

Para que todos esos datos puedan ser consultados, deben estar ordenados de alguna manera. El desarrollo actual del World Wide Web ha proporcionado herramientas de búsqueda, llamados "buscadores" o "índices" (como por ejemplo yahoo.com , goggle.com y altavista.com), que funcionan con programas robot que navegan toda Internet y construyen grandes tablas de referencia. Para ubicar información, basta con escribir algunas palabras claves en alguno de estos índices y automáticamente se obtiene una lista de documentos ubicados en servidores alrededor del mundo, que contienen la información que desea.

En general, la World Wide Web tiene una interacción con el usuario muy amigable, que tiene como nombre Navegador o "Browser", capaz de interpretar "páginas Web" e "hipervínculos" y mostrar esta información al usuario.

E.¿Para qué sirve una Página Web?

Una página web es una vía de comunicación entre la empresa y el público, este último compuesto por clientes y proveedores, incluso para empleados de la empresa. Por lo tanto es una herramienta que hay que saber utilizar y explotar para sacarle el mejor provecho en función de las necesidades de comunicación en la empresa.

A través de la página web de la empresa se pueden realizar las siguientes funciones de interrelación con las personas:

Proveer a los clientes de información acerca de los productos y servicios, actualizándola a medida que se van desarrollando nuevos aspectos de ambos. Esto es mucho más sencillo y económico que hacer llamadas telefónicas, enviar faxes, imprimir nuevos catálogos o hacer publicaciones de prensa cada vez que se requiera.

Evaluar a los clientes actuales y desarrollar nuevas oportunidades de negocios. Mediante encuestas publicadas dentro de la página web, se puede obtener una

respuesta de los clientes actuales, y así conocer y abordar mejor sus inquietudes, sugerencias y necesidades respecto del servicio o los productos que están recibiendo de la empresa. Del mismo modo, se pueden mostrar nuevos productos e ideas y conseguir la opinión de los visitantes de la página, que son a la vez clientes potenciales. Así se puede realizar estudios de mercado para nuevos productos, y crear una base de datos de clientes (actuales y potenciales) para luego enviarles información a través de correos electrónicos con costos mínimos. Es decir, publicidad directa, eficiente y barata.

Presentar información detallada y específica acerca de los productos (manuales de instrucción, catálogos detallados, etc) y de los procesos de comercialización (adquisición y compra) de los mismos. Si nuevos clientes o proveedores quieren conocer a cerca de la empresa, la página web es un instrumento rápido, y efectivo para hacer llegar esa información. La página permite dar a conocer inmediatamente promociones y comunicados especiales.

Cobros instantáneos por ventas al detalle (por medio de tarjetas de crédito o cheques electrónicos) o incluso cobro de cuentas importantes (por medio de transferencias electrónicas). Esto permite al mismo tiempo recopilar información adicional del cliente, que agilizará futuras compras. De la misma forma se pueden realizar pagos a proveedores o compras a través de la red (aunque no necesariamente por medio de nuestra página).

La Internet es una innovación crucial si consideramos que Chan (1999: 56) estima que para el año 2004, el Internet manejará un 30% del mercado total de las ventas de las 500 compañías más grandes del mundo, quienes realizarán sus transacciones vía mercados en línea. Quienes no realicen esta actualización quedarán a merced de sus competidores, ya que serán compañías más lentas e inflexibles, perderán competitividad y tiempo de respuesta. En Estados Unidos incluso el gobierno se ha dado cuenta de lo importancia de Internet en la productividad, al legislar para favorecer las transacciones empresariales, prueba de esto es que el año pasado se autorizó la firma digital que incorpora todas implicaciones legales

para realizar contratos y adquisiciones en línea. Adicionalmente, Favier (1999: 12) estima que solamente el uso de Internet y su aplicación operativa en compañías ya establecidas puede significar un aumento en el margen de ganancia de más de 10% en los próximos 5 años.

F. ¿Que tipos de página existen?

Cilock (2000: 2) en su instructivo para la elaboración de sitios web indica que existen cuatro tipos diferentes de páginas web:

La página Simple, que puede ser elaborada al utilizar una base de datos común que permita elaborar en formato .html. Y que será colocada en algún sitio gratuito, básicamente es una página de referencia e información únicamente. No tiene interacción con el usuario es algo parecido a un anuncio en el periódico o en una revista.

El pequeño folleto informativo de una compañía, que es muy parecido al anterior pero presenta un mejor diseño y acabados, realizados por un miembro de la empresa o un diseñador de sitios web. Este formato presenta más complicaciones porque implica una revisión de derechos de autor, una buena comunicación con el diseñador para realizar los cambios oportunos y la presentación de fotos, diagramas o gráficas en la página. El gasto en publicidad dará la pauta para realizar una inversión en el dominio de la compañía (micompañía.com).

Folleto interactivo de la compañía, añadiendo al anterior formularios para precios y para requerir información de proveedores o clientes. Asimismo presentará catálogos en línea, dando la opción para realizar compras de clientes al detalle o generar subastas de proveedores. En este punto el diseño será subcontratado o se deberá realizar una inversión en software para la creación y manejo del sitio, la inversión en el dominio será más relevante.

Actualmente existen varias alternativas para realizar este tipo de página, como veremos más adelante hay varios sitios que ofrecen soluciones bastante atractivas y

económicas. En los cuales no hace falta invertir en software; el diseño se realiza de forma muy sencilla y genera tráfico por estar integrados a esos servidores.

La página de una gran empresa, definitivamente tendrá el nombre del dominio registrado, representa una gran inversión en diseño, personal, software y equipo para lograr los resultados esperados. En este nivel se realizarán pedidos en línea, se tendrá un servidor seguro para cobros por medio de tarjetas de crédito, y una campaña publicitaria costosa para atraer la atención de los clientes. En este rubro podemos incluir a las empresas transnacionales, páginas en las cuales se pueden realizar rastreos de despachos, órdenes de compra, intercomunicación de empleados en diferentes países, actualización de inventarios a nivel mundial en cuestión de segundos, etc.

IV. PROCESO DE DISEÑO:

Es el momento de adentrarnos en el diseño de la empresa virtual, este proceso se dividirá en dos partes totalmente diferentes, primero el **diseño de la empresa** (seleccionar productos, fletes, costos, logística, etc) y la segunda el **diseño de la tienda virtual** .

A. DISEÑO DE LA EMPRESA

La empresa será una fusión entre la tecnología y la experiencia. Será sencillamente un nuevo canal o sucursal por medio del cual tiendas y artesanos que llevan muchos años en el negocio expandan su mercado objetivo. Apoyarnos en ellos significa creer en su trayectoria, y para eso debemos de evaluar las claves de su éxito.

Hay dos puntos esenciales que se deben destacar, porque de ellos depende el futuro de la empresa: El **análisis del mercado** (que nos presenta el tamaño, la calidad y evolución de nuestro mercado objetivo) y el análisis de fortalezas y debilidades (de los productos y la empresa) . En el primero tenemos que de acuerdo a Litan et al (2001:5) el volumen de comercio en línea para el año 2001 se encontrará entre 300 y 600 millardos de dólares, siendo unos 100 millardos el total de las ventas minoristas (al detalle). Cyberatlas (2001: 03) en su última encuesta realizada calcula que la porción del mercado de ventas de muebles online para el año pasado fue de aproximadamente entre 0.85% y 1.25% del total, esto nos produce un mercado minorista total de entre 850 y 1250 millones de dólares. Mientras tanto el mercado para artículos decorativos fue de aproximadamente de entre 0.01 % y 0.015% que genero un mercado de entre 100 y 150 millones de dólares. Al mercado total de ventas minoristas, América Económica (2000: 15) le pronostica un crecimiento sostenido de aproximadamente 30% anual durante los próximos tres años, con lo cual se habrá duplicado para el año 2003.

La empresa se enfocará en dos nichos aún más reducidos, los muebles (y accesorios para decoración) estilo colonial y las artesanías (incluyendo cerámicas y joyas de jade estilo precolombino), que son muy valorados y codiciados por los consumidores en los mercados europeo, anglosajón y japonés. Las exportaciones de artesanías en los últimos 10 años se

pueden ver en el Anexo (Grafica #1) . Estos datos nos confirman que es un nicho de mercado importante y con éxito continuo alrededor de la última década.

Las ventas y servicios se enfocarán a los mercados anteriormente mencionados debido a que Nua Surveys (2001: 10) estima que de los 407.1 millones de usuarios de Internet en el año 2000, estos mercado representan 75% del total. Y Litan et al (2000: 5) calcula que estos tres mercados representan 90% del total de compras y transacciones realizadas vía Internet.

En el segundo punto tenemos las **fortalezas y debilidades de nuestros productos y de nuestra empresa**, a continuación presento las fortalezas:

- El precio de la principal materia prima de los muebles, la madera, en nuestro país es competitivo a nivel mundial. Y se tiene acceso a maderas de primera calidad que darán a estos muebles un mayor valor agregado.
- Los artesanos y carpinteros guatemaltecos son reconocidos en la región, por su excelente calidad y por sus diseños de estilo colonial.
- En todo el mundo, el jade únicamente es trabajado y utilizado para realizar joyas y esculturas en dos países, Guatemala es uno de ellos.
- Los costos de fabricación en Guatemala son competitivos debido a que la mano de obra semicalificada requerida para esta industria recibe una remuneración baja –mano de obra barata- en comparación con otros países.
- Los muebles y accesorios tendrán certificado de origen y número original de que fueron comercializados a través de nuestra tienda. Esto garantizará la procedencia legal de los artículos. Cabe la pena mencionar que las piezas serán adquiridas directamente al fabricante, a una tienda intermediaria de reconocido prestigio o a un coleccionista privado, que en ambos casos, puedan demostrar fehacientemente la procedencia del objeto.
- La imagen positiva de nuestro país a nivel mundial se encuentra relacionada con nuestra pluriculturalidad, paisajes, ruinas, vestigios coloniales y prehispánicos. Esto genera una industria turística que el año 2001 generó el segundo mayor ingreso de divisas al país. Por lo tanto una empresa que

explote y promueva esa imagen, tendrá una diferenciación original por el país de origen, así como la raza y cultura del artesano que fabricó el producto.

- La localización geográfica de Guatemala, un punto estratégico, al centro de las Américas, Europa y Asia, permite un menor tiempo de flete en cualquier dirección.
- Una tienda y centro de servicios virtual, amplía el mercado y produce menores costos fijos.
- Se espera realizar ventas cobradas por anticipado que nos reducirán a cero las cuentas incobrables y nos proporcionarán un flujo de efectivo positivo.

Entre las desventajas tenemos:

- La inestabilidad de la producción artesanal, que da como resultado volúmenes fluctuantes al generar una disponibilidad de oferta inestable, incapaz de satisfacer una demanda constante de productos.
- La ausencia en el artesano de una calidad homogénea, es decir los acabados y materiales presentan variaciones significativas en el mismo modelo o diseño.
- El artesano tiene una carencia en la disponibilidad de recursos económicos, lo cual genera una falta de herramientas adecuadas, y un inventario mínimo de materias primas.
- Para que la empresa virtual sea una solución y no un costo extra, debe crearse con la menor inversión inicial posible.
- El alto coste de flete terrestre, marítimo y aéreo en Guatemala debido a sus deficiencias en infraestructura.

Al analizar las desventajas encontramos la falta de una calidad homogénea o control de calidad en la realización de los artículos, pero debido a los acabados rústicos y al tipo de productos que se venderán en la tienda, esta debilidad se convertirá en una fortaleza por medio de información en la página. Esto quiere decir presentar la artesanía como una pieza única, con un encanto especial resultado del arte en la elaboración y de las herramientas rudimentarias con la que fue realizada.

3. Concepto del negocio

El concepto o idea central de esta tienda es ofrecer una amplia gama de productores o tiendas (Mínimo unos 10 participantes en el proyecto), a los cuales se les seleccionarán los artículos que se incluirán en el catálogo, quienes podrán vender sus productos a través de la página. La idea es que ellos puedan vender sus productos al mismo precio que lo venderían en Guatemala, dando a la tienda un descuento por el volumen de compra que esperamos generar. Este descuento debe ser como mínimo de entre 15% y 20% ya que se debe tomar en cuenta el costo del cobro por tarjeta de crédito, que representa 8% del valor (Ver sección Cobros).

En total se espera llegar a contar con 500 a 1000 productos. Todos serán certificados y etiquetados como pertenecientes a collectionguatemala.com. Se presentarán tres grandes categorías de productos (Descritas más adelante) y una cuarta sección exclusiva de piezas únicas y originales llamada COLLECTION ANTIGUA. Se espera que este nombre comercial llegue a representar una selección de objetos decorativos artísticos que sobresalgan por su belleza y calidad de fabricación, contarán con nuestra marca en relieve y serán acompañados con un certificado de autenticidad. Como el nombre lo indica, serán piezas de colección.

4. SELECCIÓN DE PRODUCTOS

Al seleccionar los productos para el catálogo se crearon tres categorías principales:

- Muebles estilo colonial, en esta categoría hay tres subcategorías:
 - Estilo Siglo XVIII, que darán la apariencia de ser antigüedades.
 - Estilo Rustico, hechos por carpinteros indígenas con sus diseños tradicionales.
 - Accesorios decorativos originales
- Cerámica estilo precolombino, vasijas y platos decorados a mano con diseños y apariencia de ser reliquias mayas.

- Joyería en jade, se presentarán collares con diseños originales y máscaras elaboradas con diseños de las máscaras mayas de jade encontradas en sitios arqueológicos.

No solamente se escogerán las piezas porque encajen en alguna de estas tres categorías, además la pieza debe tener un alto valor comercial, ya que para que una compra en Internet sea atractiva, el valor del flete no debería exceder del 25% el valor del artículo. Y como se verá mas adelante (Ver sección transporte) se utilizará un servicio de courier y el costo de éste es bastante caro (Ver tabla #1 del Anexo). Por esta razón, las piezas fueron seleccionadas de forma que tengan una relación de peso (o volumen según el caso) / precio que no exceda del 25%.

En las tres páginas siguientes, se pueden ver algunos ejemplos seleccionados del catálogo, en ellos se puede apreciar el diseño del catálogo y la información que de cada una de las piezas. (En el Anexo se pueden apreciar otros artículos del catálogo)

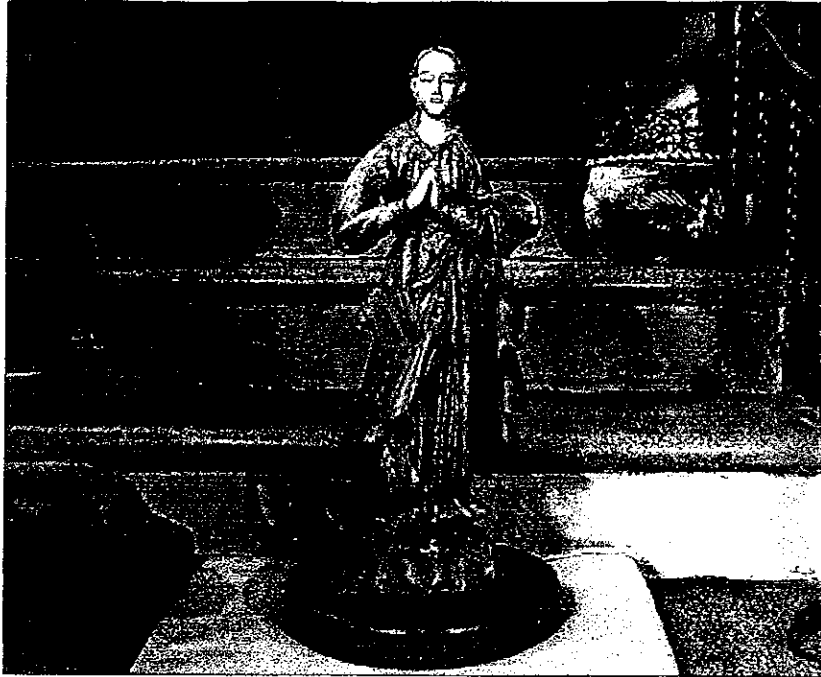
JARRON PRECOLOMBINO



Precio: US\$450.00 + Flete **Medidas:** 18 cm x 27 cm x 18 cm **Peso:** 1 Kg.

Descripción: Precioso jarrón, elaborado y pintado a mano, por artesanos indígenas, con motivos mayas.

VIRGEN DE LOURDES



Precio: US 450.00 + Flete **Medidas:** 24cm x 24cm x 58cm **Peso:** 2.0 kg.

Descripción: Preciosa imagen de la Virgen de Lourdes, tallada con un detalle impresionante.

MASCARA DE JADE TIKAL



Precio: US\$ 1100.00 + Flete **Medidas:** 22cm x 17cm x 9 cm **Peso:** 250 gr.

Descripción: Extraordinaria mascara de jade. Tallada exactamente igual que la mascara descubierta en Tikal. Disponible en acabos mate y brillante.

6. TIENDAS Y ARTESANOS SELECCIONADOS

Para cada categoría y subcategoría se debe contar con al menos dos proveedores en cada rubro. Por el momento solamente encontramos un proveedor que nos da la calidad de la cerámica estilo precolombino, igualmente sucedió con las mascararas de jade. En las otras categorías sí se llegó a contar con dos proveedores, se escogen dos para evitar que si el primero nos falla, nos podamos apoyar en la segunda opción. La selección se basó únicamente en la calidad de las muestras presentadas.

7. FOTOGRAFIAS:

Debido a que nuestros clientes únicamente conocerán el producto a través de las fotografías y descripciones que puedan ver en la computadora, una fotógrafa profesional nos asesoró en la realización de las fotos para el catálogo. A continuación se presentan algunos puntos a tomar en cuenta:

- Al fotografiar objetos pequeños es mejor colocarlos en un pedestal o base, iluminándolos con dos o más fuentes de luz colocadas lateralmente en forma opuesta una de la otra. Esto es con el objetivo de eliminar la sombra que generaría una sola fuente de luz. Al tener la iluminación correcta no hace falta utilizar Flash, porque éste genera un reflejo frontal que no dejará apreciar bien los acabado del artículo.
- Si se realizan fotos con iluminación artificial, se debe utilizar luz clara o de día, para evitar distorsiones en el color de las fotos.
- El fondo y la base en la cual se tomen las fotos deben ser de colores que contrasten con el del objeto para que éste sobresalga y pueda ser bien apreciado.
- Al fotografiar objetos grandes a plena luz del día, las mejores horas son de 9:00am a 11:00am y de 3:00pm a 5:00pm, debido a la sombra que se produce en esas horas.
- Si se ésta en capacidad de elegir el tipo de cámara, deben realizar las fotos con una cámara digital, para facilitar el montaje y porque algunas veces el escáner puede cambiar los tonos de los colores.

8. POLÍTICA DE ENVIOS

Todo pedido será confirmado vía email en un máximo de 24 horas (en días hábiles) y se le informará al cliente que su pedido estará listo para ser despachado dentro de los tres días siguientes. En caso de llegar al cuarto día y no contar con el artículo para ser despachado, se le hará saber el tiempo de entrega extra vía email para que él decida si quiere esperar o si anula el pedido.

9. POLÍTICA DE DEVOLUCIONES

No hay devoluciones. Toda compra es final y no se aceptarán reclamos de ningún tipo. Esto debido a que las artesanías y productos que se comercializarán presentan distintos acabados, incluso tratándose del mismo producto y aunque es parte del encanto, habrá gente que no le parezca al final de cuentas el artículo cuando lo reciba. Por eso se ha puesto tanto esfuerzo en la realización de las fotos y el empaque de los productos. Para evitar que el cliente pida algo con lo que no vaya a estar satisfecho.

10. LOGÍSTICA DE DESPACHO

La logística de la tienda será bastante sencilla, el cliente procede a realizar su pedido y pago por medio de una tarjeta de crédito. La tarjeta nos confirma la transacción inmediatamente (7 segundos). A partir de esto se le envía al cliente un email con la confirmación de haber recibido su pedido. En ese momento se realizará la orden de compra a nuestro proveedor, quien tendrá como máximo dos días para entregar el producto en nuestras instalaciones. O si se requiere tendremos dos días para ir a recoger el producto donde el artesano o tienda que tenga el artículo. Al reunir el pedido, o parte de éste, se procederá al empaque de las piezas (Ver sección empaque) , la facturación y el envío por medio del courier.

En éste momento se le enviará al cliente un email confirmando la fecha y el número de guía del despacho, y en caso de no haber enviado el pedido completo se detallará qué artículos no fueron enviados, informándole el tiempo de entrega estimado y se le da la opción de

anular el resto del pedido, con la salvedad de que todo producto que no sea despachado será rebajado del débito de la tarjeta de crédito. En los próximos días se controlará por medio de Internet el curso del paquete y al momento de tener la confirmación de que el paquete fue entregado, se le enviará al cliente un email en el cual se le informará que el courier confirmó la entrega y se le adjuntará una pequeña encuesta. Esta encuesta evaluará la satisfacción del cliente, la calidad del producto que se despachó, así como el estado en el cual recibió el producto (calidad de empaque). Luego procederemos a ingresar al servidor de la tarjeta de crédito y cambiar el estatus del cobro de flotante a final.

11. EMPAQUE

a. Clasificación de empaques:

En general, los productos hechos a mano pueden ser clasificados en 12 subgrupos relacionados con el material de fabricación del artículo, como se puede apreciar en el Anexo (Tabla #3). Al mismo tiempo estos artículos se dividen en dos grupos de acuerdo a los requerimientos de empaque, como se aprecia en el Anexo (Tablas #4). Para decidir la secuencia y tipo de empaque necesario, también se clasifican por tamaño, peso y fuerza de resistencia, tal como se muestra en el Anexo (Tabla #5). Las secuencias de empaque y los tipos de empaque utilizados, aparecen en el Anexo (Tabla #6).

b. Puntos a considerar en empaque de artesanías:

Los empaques son el medio de contención del producto para que puedan ser entregados del productor al cliente. También protegen el contenido de daños físicos, químicos y biológicos que se pudieran dar durante la distribución. En adición juegan un papel vital en la promoción del producto.

Todo producto se debe alistar correctamente antes de ser empacado, los textiles y productos de madera deben estar limpios, secos y sin polvo. En productos de metal se debe limpiar la superficie para quitar manchas de grasa o residuos, incluso las huellas digitales

pueden dar un mal aspecto al producto. La preparación adecuada mejora la eficiencia al momento de realizar el empaque y aumenta el valor comercial del producto.

c. Proceso de empaque

Al empaquetar un producto se debe seguir el siguiente proceso de empaque para asegurarse que el producto llegue a su destino en las mejores condiciones:

1. Seleccionar el tipo de empaque, dependiendo del producto se debe decidir si se necesita un empaque a prueba de agua y humedad.
2. Tomar las medidas y peso del artículo a empaquetar.
3. Seleccionar el tipo de relleno que llevará el empaque por dentro, de acuerdo a la resistencia de los materiales del producto. (Ver Anexo tabla #5)
4. Seleccionar las medidas del empaque a utilizar.
5. Empaquetar el producto, etiquetarlo y marcarlo para su despacho.
6. En caso de estar manejando un volumen considerable de artículos, se deben acomodar en la tarima de madera y reempaquetar con plástico. Esto facilitará el proceso de carga y descarga en contenedores.

Si el producto es frágil, se debe indicar en el empaque para evitar que sea dañado por la compañía de transporte. También se debe establecer la carga máxima que puede soportar un pallet e indicarlo, para evitar daños en el manejo de bodegas o en el contenedor.

12. TRANSPORTE

Al considerar nuestro mercado objetivo los países de Estados Unidos, Japón y la Unión Europea, nuestro transporte internacional solamente puede ser aéreo o marítimo. En el Anexo (Tabla #2) podemos ver las tarifas de transporte de carga aérea que nos cotizó una empresa del sector. Se descartó el flete marítimo, ya que el período de tránsito es muy prolongado, dependiendo del destino pueden ser entre quince y veinte días, a esto hay que agregarle el tiempo de espera en puerto para el despacho y el de flete terrestre para llegar al destino. Será una ventaja en precio trabajar con flete marítimo, si en una segunda etapa se concretan grandes ventas y es capaz de consolidar en un contenedor completo.

Al ser ventas detallistas, realizadas por Internet, el cliente espera un servicio rápido, eficiente y que no requiera mayores trámites de importación. Por esta razón el medio de transporte internacional que se seleccionó fue un servicio puerta a puerta (courier). En el Anexo (Tabla #1) podemos ver una tabla resumen de las tarifas que ofrecen tres proveedores de estos servicios. Las tarifas son relativamente caras en comparación con el servicio de carga aérea, aunque con algunas excepciones (menos de 3 Kg a Europa, menos de 5 Kg a USA y menos de 7 Kg a Japón), pero este servicio evita trámites de exportación y de importación engorrosos al tratarse de un sólo artículo que se envía como muestra, y se garantiza la entrega, dependiendo del destino y el tipo de envío, en no más de siete días hábiles. Dos de las tres compañías proveedoras del servicio ofrecen la opción de rastreo vía Internet, para que tanto nosotros como el consumidor sepamos en dónde se encuentra su paquete. Estas dos empresas también ofrecen, por un cobro extra, seguro por pérdida o deterioro de la mercadería, el segundo lo cubren siempre y cuando se encuentre correctamente empacada. En lo que concierne al proceso de empaque, ellos también están en capacidad de brindar materiales, asesoría e incluso por un cargo extra procedan al empaque de los artículos.

13. SERVICIO AL CLIENTE

Las consultas referentes a los productos, servicios o despachos que el cliente nos solicite, se realizarán por email. Dentro de la tienda se contará con una pagina “contáctenos”, por medio de la cual nos enviarán un email de forma sencilla y rápida con sus preguntas. Toda respuesta no debe tardar más de 24 horas (días hábiles) para que el cliente obtenga una buena imagen de nuestro servicio. Toda queja será atendida de forma similar.

V. DISEÑO DE LA TIENDA VIRTUAL

A. SELECCIÓN DE PAGINA

La primera decisión que se debe tomar antes de realizar nuestra página es ¿Qué tipo de página empresarial queremos crear? En este caso se decidió proyectar una página del tipo de folleto informativo interactivo. Esto debido a que queremos introducir los siguientes servicios dentro de la página web: presentación de la compañía, catálogo de productos, selección de artículos y cobro en línea, asistencia a clientes y de ser posible incluso un cálculo del flete.

B. SELECCIÓN DEL IDIOMA:

Al mismo tiempo de decidir el tipo de página, debemos decidir el idioma en el cual presentaremos la página y realizaremos la publicidad. Para esto nos basamos en Global Search (2000: 105), que estima que el 96 % de las ventas en línea el año pasado se hicieron en idioma inglés y el 50% de las personas que utilizan el Internet habla este idioma. El nombre del sitio será en inglés collectionguatemala.com. Vale la pena mencionar que al momento de escoger el nombre es mejor seleccionar uno que empiece por un número o por las primeras letras del abecedario, porque los índices y buscadores presentan los resultados en orden alfabético, y antes de letras presentan números. Las personas tienden a ser muy cómodas seleccionan alguna de las primeras descripciones de sitios que aparecen enlistados, en lugar de leer la lista completa. Por esta razón se seleccionó el nombre collectionguatemala.com en lugar de guatemalacollection.com, porque al empezar el nombre con c aparecerá entre los primeros de la lista de resultados.

C. REGISTRO DE DOMINIO

Como segundo paso, se debe tomar una nueva decisión ¿se registra el dominio (nuestro nombre virtual)? Este nombre consiste en una dirección URL o ubicación de la página, que permitirá accederla desde cualquier conexión o punto en Internet. Los dominios virtuales son

únicos, y mantenidos por medio de el Registro en InterNIC, el cual es parte de ICANN (Internet corporation for assigned names an numbers). Si una empresa tiene nombre registrado, no puede ser usado por otra persona o empresa. Existen herramientas de búsqueda en el WWW que permiten verificar si el nombre del Dominio Virtual que hemos seleccionado está actualmente en uso, como por ejemplo, register-name.com y register.com . Para conocer las compañías registradoras autorizadas que pueden prestar ese servicio se puede visitar la página <http://www.internic.net/regist.html>, en la cual nos refieren a los registradores autorizados por ICANN y que se encuentran actualmente.

InterNIC cobra a los registradores una tarifa por el registro del nombre, y estos a su vez cobran diferentes tarifas a las personas que registran su dominio. En ella Tabla # 7 del Anexo podemos ver la diferencia de precios entre diez de estos registradores, por el registro y mantenimiento del nombre registrado. Los precios varían de acuerdo al número de años que se registre el nombre y el precio por año disminuye al aumentar el numero de años que éste se registre. Asimismo existen descuentos al registrar más de un nombre, en caso de que uno desee revender el servicio o si se desea registrar varias terminaciones. (.com, .net, .uk, .cc, etc)

En caso de tener una marca registrada y que alguna otra persona haya registrado ese nombre se procede legalmente para recuperar el derecho del nombre, algunos registradores ofrecen el servicio de información del dueño que registró el nombre, para que uno se entere a nombre de quien se encuentra el registro. La información es pública y al firmar el contrato con el registrador uno accede a que esa información pueda ser publicada para cuestiones de mantenimiento o disputas judiciales. Existe un requisito adicional para evitar que las personas registren nombres que no van a utilizar y es que deben contar con un servidor que les provea el hosting para la página que se desea registrar. Varios de los registradores dan este servicio.

En adresscreation.com se registró el nombre collectionguatemala.com por un año, a un costo de quince dólares, registro que expira el 6 de Septiembre del 2002. Fue una operación bastante sencilla y rápida. Solamente se necesitó contar con un nombre disponible y una tarjeta de crédito internacional. Automáticamente se confirmó el registro y

adicionalmente ellos enviaron dos correos electrónicos para ratificar la confirmación y la clave de acceso para configurar la página.

Claro que también existe la opción no registrar un nombre de Dominio, sino ser parte de otro Dominio registrado. Esto permite que se ahorre el costo de registro, pero el nombre será algo parecido a http://www.OTRO_NOMBRE.com/SU_NOMBRE.. Este servicio lo dan muchas páginas, buscadores o empresas que desean generar tráfico de visitantes. Muchas empresas y organizaciones prefieren tener su propio nombre de Dominio Virtual, aunque otros prefieren evitarse los costos de registro.

D. HOSTING

La página web debe ser ubicada en una computadora que esté físicamente conectada a Internet. A esto se le llama Web Hosting. Para explicar el hosting de manera sencilla, podríamos decir que si Internet es una gran ciudad como México D.F. o Nueva York, el servidor viene siendo un edificio en esta ciudad, y nuestra página estará hospedada en un apartamento de este edificio al cual sólo nosotros tendremos acceso para entrar y hacer las modificaciones necesarias.

Hay muchas formas para conseguir este hosting. La primera es la más compleja (y costosa) que es disponer de un servidor de WWW propio y conectarlo directamente a Internet. Esta es una solución típica de grandes empresas o instituciones que cuentan con capacidad para hacer una gran inversión y que a la misma vez tienen personal capacitado y dedicado exclusivamente a mantener el sistema.

Por el contrario, al mismo tiempo, existen servicios gratuitos. Muchos de estos servicios como por ejemplo America Online, ofrecen a sus suscriptores espacio para publicar sus páginas Web como parte de una tarifa mensual por servicio. Muchas personas aprovechan este servicio, aunque el nombre de Dominio no es de su propiedad y viene siendo algo así:
http://www.compuserve.com/users/SU_NOMBRE.

Muchos de estos servicios no ofrecen algunas de las características que son deseables en páginas Web con un enfoque comercial. Esto incluye soporte de CGI Script, aplicaciones JAVA , aplicaciones ActiveX y dan un software con funciones muy limitadas.

La otra alternativa es el hosting en alquiler, en el cual un proveedor alquila el espacio de un servidor de alto rendimiento. Por un reducido costo mensual, se pueden obtener los beneficios de tener un servidor propio, sin todo el tiempo, esfuerzo y costos que requiere administrarlo. Para la mayoría de las empresas que desean tener presencia en el web, esta es la mejor opción. Los costos de alquiler de Hosting se pueden ver en el Anexo (Tablas #8, #9 y #10) donde se describen los costos de diseño de la tienda.

E. DISEÑO DE PAGINA

Para lograr que la página sea exitosa, se debe generar la mayor cantidad de visitantes posible, y para ello, debe ser desarrollada al utilizar criterios de diseño que sean compatibles en todas las plataformas, bien sean sistemas bajo Windows, Macintosh o UNIX. Asimismo debe tener un diseño atractivo, cuando se habla de diseño de páginas Web, este se realiza en HTML o Hyper-text Mark-up Language. El lenguaje HTML consiste en una serie de comandos que le indican al programa navegador de WWW cómo darle formato al texto que contienen los archivos.

Los servicios de diseño de páginas Web cubren un rango que va desde convertir archivos de texto a formato HTML, hasta desarrollar extensos conjuntos de páginas cargadas de ilustraciones e hipervínculos relacionados entre sí.

El encargado de efectuar el diseño del sitio, varía de acuerdo a la envergadura del proyecto. Para los primeros dos tipos de página, la página simple y el pequeño folleto informativo, el diseño puede ser realizado por cualquier persona que tenga conocimientos de uso de Internet. A continuación se presenta un breve manual elaborado por Coatain (2001: 14-15) en el cual nos presenta de manera sencilla el proceso de diseño para estos tipos de página:

1. Lo que se necesita:

Primero un editor en lenguaje HTML. Puede ser algo tan simple como la Libreta de Notas (Note pad) que Windows tiene como software estándar, (no se recomienda usarlo a no ser que se disponga de mucho tiempo) o ya sea un Procesador de texto (como Word de office).

Existen muchos editores de HTML disponibles en la red y que pueden ser descargados en forma gratuita. Al seleccionar el programa, debemos comprobar que el procesador de texto pueda guardar la información en formato HTML, esto es muy simple, solamente se debe usar la función Guardar como... y seleccionar las diferentes opciones hasta localizar el tipo HTML. Si el procesador de texto tiene esta opción, entonces ya tenemos nuestra primera herramienta.

La segunda aplicación de software que se necesita es un programa FTP (el Protocolo de Transferencia de Archivos). Este se puede encontrar con el proveedor de servicios de Internet, o ya sea en un sitio de transmisión como Filemine (por ejemplo WS_FTP).

Una vez que se dispone de estas dos aplicaciones está en capacidad de crear el sitio

2. Como construirlo:

Primero, en el disco duro local se debe crear un directorio que se utilizará para almacenar toda la información relativa al sitio web (páginas, gráficas, fondos etc...). Ahora es momento de utilizar el editor HTML y ponerse a trabajar. Algunos sitios son simplemente una larga página con información y links a otros sitios, otras veces son páginas múltiples. Para crear un bookmark, las cosas azules subrayadas, que enrutan a otras páginas o a otras partes de la misma página, se deben seguir las instrucciones del editor de HTML en que se está trabajando.

Básicamente, para crear un bookmark sólo necesita la dirección URL correcta. A través de esta aplicación se crea la función por medio de la cual el programa de correo electrónico de

nuestro visitante le presentará una página en blanco con la dirección referida, para que ste pueda enviar un email, para eso basta con escribir:

[-mailto:nuestro_email@nuestradireccion.com](mailto:nuestro_email@nuestradireccion.com)

Por ejemplo - [-mailto:juancarlos@collectionguatemala.com](mailto:juancarlos@collectionguatemala.com) -

Con esta aplicación podemos unir cualquier sitio, o dirigir a cualquier destino en la red. Una precaución que se debe tomar es que después de fijar el sitio, se debe comprobar que estos eslabones funcionan correctamente y actualizarlos porque las direcciones web tienden a cambiar.

También se pueden colocar fotos, gráficas y diseños en el sitio, simplemente se debe copiar e insertarlos. El diseño se puede hacer tan original y creativo como se desee. La Gráfica puede ser elaborada, dibujada o simplemente copiada al utilizar un navegador de Internet.

Es tiempo de ir alrededor de Internet y ver ideas y aplicaciones para el sitio. Si se encuentra algo interesante, se debe intentar descubrir código por medio del cual consiguieron la aplicación. Muchas cosas pueden ser copiadas del código original de otros sitios y pegadas en nuestro código original. No hay que robar el código, simplemente entender o calcular cómo lo hicieron .

Hay un par de cosas que se deben conocer al diseñar un sitio: **Primero**, si la página es muy larga, es agradable tener un bookmark BACK (inicio) en el que se pueda regresar de forma rápida al comienzo de la página. **Segundo**, si se usan muchas gráficas, la página será cargada muy lentamente por el navegador. **Tercero**, no se deben crear problemas con difamaciones, marcas registradas, derechos de autor u otros contenidos que puedan generar una demanda, hay que recordar que el sitio es público y cualquiera puede acceder a esa información. **Cuarto**, revisar la ortografía y el funcionamiento correcto de todas las aplicaciones de la página. La mayor parte de editores HTML no tienen un verificador de ortografía. **Finalmente**, si es posible, se debe visitar el sitio con varios navegadores y en resoluciones de pantalla diferentes. Porque en la pantalla se puede ver fantástica, y terrible en otros programas, el HTML es simplemente de esa forma. Esto es más relevante si se trata de la página de una empresa .

Si se va a crear un sitio de negocios, se deberá elaborar "la Palabra clave" "y la Descripción" en etiquetas META. Estas etiquetas son simplemente una lista de las palabras claves del contenido del código HTML, pero estas no aparecen en la pantalla. Los motores de búsqueda usan etiquetas META para saber cómo identificar su sitio e incluirlo en un índice(indexarlo). El modo más fácil de hacerlas es simplemente mirar las etiquetas con un sitio existente y copiar el formato, agregando las palabras claves y descripción de nuestro sitio. Las etiquetas se hacen con el siguiente formato:

```
< meta name = "keywords"content = " las palabras claves o frases aquí, separadas por comas">
```

```
< meta name = "description"content = la descripción aquí, esto es lo que se resaltará en los resultados de búsqueda " >
```

3. Cómo fijarlo (hosting)

Después de tener la página construida, es momento de colocarla para que el mundo entero la pueda ver. Aquí es donde se usará el software de FTP que se obtuvo antes. Se deberá abrir el programa FTP e introducir el código de ingreso y la palabra clave cuando el programa del servidor que nos brindará el servicio de hosting lo requiera. Básicamente, sólo se necesita mover toda la información del fólde de nuestro disco duro al espacio asignado por el proveedor del hosting.

Después de esto, únicamente hay que abrir un navegador y escribir la dirección del sitio para comprobar su funcionamiento. Si se desea realizar cambios sencillamente se realizan en el disco duro y luego se actualizan al copiar nuevamente la información al servidor.

Para el tercer tipo de página, el folleto informativo de la compañía, se requerirá de la contratación de un diseñador o compañía de diseño, para que nos elabore la página debido a las funciones y aplicaciones que requerimos, entre ellas el catálogo y el cobro en línea.

A continuación se presenta una tabla resumen de costos de elaboración de la página, tomando en cuenta tres diferentes opciones de diseño: dos diseñadores independientes, dos empresas de diseño y dos sitios en Internet que nos ofrecen el servicio:

TABLA I
COSTOS DE DISEÑO

DISEÑADOR INDEPENDIENTE A Incluye hosting, diseño de 5 páginas, 5 cuentas email, dominio.	\$760.00
DISEÑADOR INDEPENDIENTE B Incluye hosting, diseño de páginas ilimitado, cuentas email ilimitado, dominio.	\$1,190.00
DISEÑO EMPRESA A Incluye hosting, diseño de 4 páginas, diseño de catálogo, 10 cuentas de email.	\$1,539.00
DISEÑO EMPRESA B Incluye hosting, diseño de 4 páginas, diseño de catálogo, 10 cuentas de email.	\$1,441.00
DISEÑO SITIO A MODELO A Incluye plantilla de diseño, catálogo ilimitado, Hosting, dominio, certificado de seguridad, buscador interno, pago mensual e inicial.	\$2,550.00
DISEÑO SITIO A MODELO B Incluye diseño personalizado, catálogo ilimitado, hosting, dominio propio, certificado de seguridad propio, 100 productos en el sitio, pago mensual e inicial.	\$5,300.00
DISEÑO SITIO A MODELO A Incluye plantilla de diseño, hosting, dominio en sitio, 50 productos en catálogo, software de estadísticas de la tienda, certificado de seguridad.	\$1,200.00
DISEÑO SITIO A MODELO B Incluye plantilla de diseño, hosting, dominio en sitio, 1000 productos en catálogo, software de estadísticas de la tienda, certificado de seguridad.	\$3,600.00

En el Anexo (Tablas # 8, # 9 y #10) se pueden apreciar detalladamente los servicios y precios de cada una de las opciones.

G. REGISTRO EN BUSCADORES

Una vez que la página Web esté publicada en algún servidor, es indispensable que los visitantes potenciales sean capaces de encontrarla. Para ello, hay que registrarla en algunos de los principales "Indices de Búsqueda" en la Internet, que proveen a los navegadores una manera sencilla de llegar a la página.

Como complemento al servicio de diseño, ciertas empresas dan el servicio de registrar el sitio en los "Indices de Búsqueda" más utilizados a nivel mundial, donde estarán registrados bajo las categorías e idiomas que sea necesario. Ellos están en capacidad de hacer el tedioso trabajo de registrar su página en varios índices (Aproximadamente 15 minutos por registro), con procesos automatizados. Solamente se debe proporcionar los datos, nombre de la compañía, dirección URL y una breve descripción de la página Web, incluyendo una lista de palabras claves, a través de las cuales nos referirán a los posibles clientes.

Los costos de utilizar un servicio para registrarnos en buscadores e índices de búsqueda se pueden observar en el Anexo (Tabla #11) , en la tabla también se puede ver las diferentes opciones de estos servicios. Algunos incluyen sólo buscadores, otros referencias y links de otras páginas y algunos páginas especializadas en los buscadores más populares de Internet.

H. COBRO POR INTERNET:

Para realizar los cobros en la tienda virtual se recibirá únicamente como medio de pago la tarjeta de crédito, esto debido a la facilidad y rapidez para disponer del efectivo, y además porque tres cuartas partes del total de ventas minoristas en Internet se realizaron por este medio.

Se solicitó a dos compañías de tarjetas de crédito que prestan el servicio en Guatemala que nos informaran respecto de los costos y requisitos para realizar los cobros. De las dos empresas, la primera, cuenta con una amplia cartera de tarjetas para realizar el cobro (Visa, Mastercard, American Express y Diners Club) y la segunda únicamente con Visa. Adicionalmente en la primera no existe ningún cargo por afiliación ni cuota mensual de

mantenimiento, mientras que en la segunda sí existe cuota de afiliación. Por estos dos factores se decidió utilizar a la primera empresa para que preste el servicio de cobro. Los requisitos para que la tienda pueda cobrar en línea son los siguientes:

- Datos completos (Nombre, número de teléfono, fax, etc)
- Poseer correo electrónico.
- Catálogo o selección de productos que ofrece.
- Políticas de devolución en la página.
- Políticas de envío específicas.
- Certificado de seguridad SSL (mínimo 40 bits)
- Estar afiliado a la empresa cobradora .

El último requisito, la afiliación, es un proceso muy sencillo que dura aproximadamente una semana después de presentar los datos que la empresa requiere. Estos requisitos son: presentar copia de los documentos legales de la empresa, estados financieros, poseer un bien inmueble y seis meses de funcionamiento como mínimo.

La forma de realizar el cobro es bastante sencilla, el proveedor del servicio nos da un programa que se debe instalar en el servidor donde se encuentra hospedada nuestra página. Este programa es el encargado de realizar la conexión entre nuestra página y el servidor de la empresa de cobro. El cliente únicamente debe ingresar tres datos, el número de la tarjeta, fecha de vencimiento y el monto de la transacción. En cuestión de siete segundos, el servidor de la empresa de cobro envía la respuesta. Existen quince respuestas posibles (como por ejemplo aceptada, denegada, datos mal ingresados, etc). Este código es traducido por el programa y tanto el cliente como nuestra página sabrá el resultado de la operación.

Adicionalmente, la empresa de cobro nos provee de otro programa que se instala en alguna computadora con acceso a Internet, a través del cual ingresamos al servidor de la empresa cobradora y podemos ver el estado del cobro. Se dice estado del cobro porque

después de haber realizado la transacción, el cobro se mantiene en suspenso, esto hasta que nosotros autoricemos el cobro final. Y se hace con la finalidad de que si no realizamos el despacho completo del pedido, podamos disminuir la cantidad a ser cobrada al cliente o incluso anular el cobro total. Cabe la pena mencionar que el monto a cobrar únicamente se puede disminuir y en ningún caso aumentar. Así que todos los costos en que se vaya a incurrir deben ser cobrados en el momento de efectuar el pedido (como por ejemplo flete, gastos aduanales, etc).-

Un dato muy importante es que en cualquier parte del mundo los cobros realizados por medio de Internet a una tarjeta de crédito, serán devueltos al consumidor en caso de que esté presente un reclamo al emisor de la tarjeta. Por lo tanto es indispensable contar con todos los datos del cliente para evitar que nos puedan realizar un fraude. El caso contrario, de que alguno de nuestros empleados o algún pirata informático realice una estafa al cliente, es prácticamente imposible, porque en los datos que presenta la empresa cobradora únicamente se incluye el número de la tarjeta y monto de la operación, por lo tanto se tendría que adivinar la fecha de vencimiento que es casi imposible. Al mismo tiempo, dos de los requisitos de la empresa cobradora son que la página debe contar con certificado de seguridad y que la información viaje encriptada con un mínimo de 40 bits, para evitar que esa información sea robada y descifrada.

La empresa a no cobra ninguna cuota de afiliación , ni de mantenimiento del servicio, únicamente una tasa de 8 % al momento de realizar el cobro de una venta. Este porcentaje es el inicial y dependiendo de los montos y cantidad de operaciones que la tienda realice, se puede negociar una reducción.

I. PUBLICIDAD EN LINEA

Existen varios formatos publicitarios de los cuales nos podemos beneficiar al momento de realizar nuestra promociones en Internet, a continuación los más comunes:

- Banner es una pequeña franja publicitaria que aparece en el sitio. Los tamaños varían entre unode 468x60 pixeles, medio banner de 234x60 pixeles y el minibanner de120 x30 pixeles.
- El video Banner es un banner de 468x60 pixeles que incluye un espacio para la proyección de un vídeo de 80x60 pixeles.
- Botón es un pequeño rectángulo de publicidad con tamaños que varían de 120 x 60 pixeles a microbotoeses de 88x31 pixeles.
- Pop up, o ventanas flotantes que se activan automáticamente al descargarse el banner o hacer clic en él.
- Intersitiales consiste en colocar una página de publicidad mientras el navegador se mueve de una a otra página.

Existen tres tipos de publicidad o patrocinio de páginas en Internet:

- El producto publicitario Integrado, que se incluye dentro de una de las páginas del portal, con un enlace de hasta 4 sitios dentro de la página del anunciante.
- Patrocinio convencional, se incluye con carácter permanente un elemento publicitario dentro de una página o canal determinado. En esto casos se encontrará la leyenda “sección patrocinada por.....” o “patrocinador....” .
- Patrocinios personalizados: La página se puede personalizar de acuerdo al requerimiento del anunciante. Será la única publicidad que aparezca en esa página.

El costo de anunciarse en Internet varía mucho, en lo que se refiere a banners oscila entre U\$ 6.00 dólares y U\$ 90.00 dólares, por cada 1000 despliegues. Este rango es bastante amplio porque el más barato aparece en sitios o buscadores comunes con una audiencia indefinida y muy amplia, mientras que el más caro aparece en sitios seleccionados para una audiencia específica siendo una campaña publicitaria más directa y eficiente. Estos costos son relativamente más caros si se comparan con los costos de publicidad en medios más

convencionales como la televisión y el cable para el mercado de Estados Unidos. En la televisión el costo aproximado es de U\$ 5.50 por cada mil televidentes de audiencia, mientras que en el cable, el precio está alrededor de U\$ 3.50 por cada mil televidentes de audiencia. Como cualquier bien, el precio se fija en función de valor, y en este caso la carestía de éste medio se debe a que es una publicidad directa, en la cual existe la capacidad de seleccionar, medir y hacer una base de datos de los clientes potenciales, e incluso adaptar cada presentación del anuncio individualmente a cada uno de ellos.

Existe otro tipo de promoción más especializada que la ofrecen las I-Agencies, quienes estudian los diferentes medios y canales disponibles en el WWW, así como las características de los clientes, y desarrollan completas campañas de promoción dentro de Internet, utilizando sus diferentes recursos: e-mail, foros de discusión, anuncios en otras páginas web, banners, etc.

Adicionalmente se utilizará otro medio de promoción, las tarjetas y folletos que tiendas y artesanos participantes entregarán a los clientes internacionales que les compren, para que en caso de requerir algún otro producto o artículo lo puedan solicitar a través del sitio.

J. MANTENIMIENTO

Una vez que la página Web se encuentre activa en algún servidor, es muy poco, o más bien no es necesario el mantenimiento. Más que mantenimiento, lo que se requiere es actualización.

K. ACTUALIZACION

Las páginas web que realmente tienen éxito, son aquellas que se actualizan constantemente y que están en capacidad de atender las nuevas inquietudes y servicios que el cliente desea. La primera tarea es lograr atraer visitantes a la página, pero mucho más complicado es lograr estimular a las personas a que vuelvan una y otra vez. En cualquiera de los casos, existen más

probabilidades de que los visitantes vuelvan a revisar la página, si ésta contiene información nueva y actualizada.

Los lugares más exitosos en el WWW son proyectos en continua evolución. Generalmente, este esfuerzo se refleja en más visitantes a la página. Para una empresa, este efecto es positivo en muchos sentidos. Mientras más personas visiten su páginas, se tendrá una mejor presencia corporativa, mejorarán los contactos y estos serán reflejados en un aumento de las ventas.

La página web incluirá links hacia sitios de turismo, cultura e historia de Guatemala, esto se realiza con el fin de promover el país como destino turístico y establecer el sitio como un punto de referencia para personas que desean conocer o visitar Guatemala

L. AGEXPRONT

La Asociación de Exportadores de Productos No Tradicionales (AGEXPRONT) es una muy buena referencia para todos aquellos artesanos o productores que deseen realizar exportaciones. Ellos incluso asesoran a las empresas para la realización de la tienda virtual. Se puede encontrar mucha información acerca de los mercados objetivos, procesos de exportación y estadísticas en la Gremial de Exportadores de Artesanías. Se recomienda acudir a la AGEXPRONT debido a que sus miembros gozan de beneficios para el comercio en Internet, dentro de estos beneficios podemos destacar 20% en la Empresa A de diseño de Páginas Web y hasta 70% de descuento en los envíos por courier del Proveedor A (para envíos consolidados a través de la AGEXPRONT).-

VI. CONCLUSIONES

- Realizando una inversión que puede no superar los mil quinientos dólares, una empresa exportadora puede contar con una tienda virtual funcional (que incluya catálogo y cobro).
- Al día de hoy ya existen todas las facilidades y condiciones necesarias en Guatemala para el funcionamiento de una tienda virtual en Internet (Rastreo de Envíos y Cobro)
- La tienda virtual es una excelente herramienta para crear una sucursal que coloque los productos en un mercado internacional, que crece año con año.
- La creación de una página informativa de una empresa o de una tienda virtual a través de un sitio en Internet no requiere de experiencia previa en programación o diseño de páginas en Internet, es un proceso muy fácil, sencillo y rápido para quien sabe utilizar un navegador.

VII. RECOMENDACIONES

- A todos los artesanos y pequeños productores se les recomienda una página informativa o una tienda, en los sitios gratuitos, para crear vínculos y relaciones comerciales con posibles clientes internacionales.
- Se recomienda la formación de un tienda virtual a alguna organización no lucrativa, tomando la idea de este estudio, que agrupe pequeños productores, artesanos, confeccionistas de prendas, creadores de textiles, etc y que al estilo de la tarjeta de crédito cobre una comisión por la venta de sus productos. Esto generará una mejor remuneración económica para estas personas, ya que generará más empleos y aumentará su calidad de vida.
- Para aumentar las ventas y exportaciones en Guatemala, se recomienda crear una gran campaña de información acerca de las ventajas y facilidades de crear una tienda virtual.
- Se recomienda que al analizar el mercado objetivo tanto de consumidores como de volumen de transacciones en Internet , se actualicen los datos que aparecen en este estudio, debido a los constantes cambios y al aumento progresivo de personas con acceso a la red. El estudio se realizó entre Junio y Octubre del año 2001.
- Que las empresas que abran una tienda virtual para exportar productos guatemaltecos al exterior, se les recomienda acercarse a la AGEXPRONT. Así como convertirse en agremiado para contar con los beneficios de ser agremiado.

VIII. BIBLIOGRAFÍA:

- América Economía, Acceso: Los idiomas son países. Chile. 2000. Revista económica, segunda edición mes de Noviembre. América Economía Publishing Inc. 35 pp.
- Chan K. Increasing E-commerce Forces Corporate Changes, Study Says. USA. Wsj.com. Dow Jones and Company Inc. Febrero 15, año 2000.
- Cilock. A. How to build a page. Manual de inicio para creación de páginas en Internet. 1999. USA. Talpon Enterprises.
- Cyberatlas Online Shopping U.S.A. Cyberatlas Publications Inc. 2001. 10 pp.
- Global Reach. Annual report: The market talks. Canada. The Quebec Institute of Economics. 250 pp.
- Litan R. ; Rivin A. The economic and the Internet: What lies Ahead? 2000. Conference Report. Virginia. USA. Brookings Institution..
- _____, Rivin A. Beyond the Dot.coms. 2001. Virginia USA. Brooking Institution. 50 pp.
- Nua Internet Surveys. How many Online?. Internet. 2001. Compiled by Nua Internet Surveys,
- Web Wizard Builder. Where are the hiding costs?. Folletot para construccion de sitios web. USA. 2000. WWB Inc.
- Roman, L.A. Internet, todo lo que hay que saber. Editorial Monte Azul. 2000. España. 160pp

Coatin, T. Building a Web page. Manual de Diseño de paginas en al Internet. 2001. Editorial Watson USA. 25pp

Internet:

www.banguat.gob.gt

www.yahoo.com

www.names4ever.com

www.1dni.com

www.123registration.com

www.adresscreation.com

www.e-names.org

www.alldomains.com

www.register.com

www.domaindiscover.com

www.namesecure.com

www.submit-it.com

www.siteadd.com

www.search.com

www.citynetsearch.com

www.123netsearch.com

www.yahoo.com

www.terra.com

www.agexpront.com

www.marketing.tenagra.com

Otras Fuentes:

- AGEXPRONT
- Pablo Piedrasanta, Asistente de captura electrónica, Credomatic de Guatemala.
- Ing. Ivan Lemus Delgado, gerente de cuentas corporativas, Terra Networks Centroamérica S.A.
- Juan Carlos Rivera, Comercio electrónico, Global Net.

IX. ANEXO

TARIFAS COURIER EXPRESS

Peso Kg.	Centroamérica			Estados Unidos			Europa			Japón		
	Prov. A	Prov. B	Prov. C	Prov. A	Prov. B	Prov. C	Prov. A	Prov. B	Prov. C	Prov. A	Prov. B	Prov. C
0.5	\$17.80	\$22.00	\$17.00	\$42.00	\$50.60	\$40.00	\$62.00	\$64.90	\$58.00	\$70.40	\$82.50	\$75.00
1.0	\$18.80	\$22.00	\$17.00	\$43.00	\$50.60	\$40.00	\$63.50	\$64.90	\$58.00	\$71.40	\$82.50	\$75.00
2.0	\$23.90	\$35.20	\$26.63	\$61.00	\$74.80	\$59.26	\$82.00	\$91.30	\$82.08	\$89.30	\$106.70	\$99.08
2.5	\$28.00	\$41.80	\$31.04	\$70.00	\$86.90	\$68.08	\$92.00	\$104.50	\$93.10	\$98.70	\$118.80	\$110.10
5.0	\$44.70	\$74.80	\$53.08	\$114.00	\$147.40	\$112.16	\$135.00	\$170.50	\$148.20	\$146.00	\$196.90	\$165.20
7.5	\$55.80	\$88.50	\$75.12	\$143.00	\$132.00	\$156.24	\$185.15	\$197.75	\$203.30	\$191.10	\$223.30	\$220.30
10.0	\$68.00	\$102.30	\$97.16	\$172.00	\$196.90	\$200.32	\$223.10	\$225.50	\$258.40	\$235.20	\$267.30	\$275.40
15.0	\$90.30	\$129.80	\$141.24	\$209.00	\$240.90	\$288.48	\$278.30	\$280.50	\$368.60	\$320.30	\$355.30	\$385.60
20.0	\$108.60	\$157.30	\$185.32	\$244.00	\$284.90	\$376.64	\$332.35	\$335.50	\$478.80	\$405.30	\$443.30	\$495.80
24.5	\$118.80	\$182.05	\$224.99	\$279.00	\$328.90	\$455.98	\$373.10	\$390.50	\$577.98	\$475.70	\$531.70	\$594.98

TABLA # 2

TARIFAS DE CARGA AÉREA INTERNACIONAL**

Pais Destino	U\$ Cargo Mínimo	U\$ por Kilo
España	\$50.00 (de 1 a 12.5 Kg.)	\$4.00 (de 12.51 a 25 Kg.)
Alemania	\$50.00 (de 1 a 12.5 Kg.)	\$4.00 (de 12.51 a 25 Kg.)
Inglaterra	\$50.00 (de 1 a 12.5 Kg.)	\$4.00 (de 12.51 a 25 Kg.)
New York	\$60.00 (de 1 a 12.5 Kg.)	\$1.75 (de 12.51 a 25 Kg.)
Los Angeles	\$60.00 (de 1 a 12.5 Kg.)	\$1.75 (de 12.51 a 25 Kg.)
Utah	\$70.00 (de 1 a 12.5 Kg.)	\$2.35 (de 12.51 a 25 Kg.)
Japón	\$110.00 (de 1 a 12.5 Kg.)	\$4.39 (de 12.51 a 25 Kg.)

**OTROS CARGOS:

- Terminal Fee: \$0.01 por libra.
- Custom Fee: \$2.00 por embarque
- Cargo Pick-Up: \$0.10 por Kg.
- Documentación: \$60.00

Estos precios no incluyen IVA. Estos valores no incluyen ningún costo en destino, tales como tramite aduanal, impuestos, entrega a domicilio, etc. Estos cargos deberán ser pagados por el consignatario.

TABLA #3

CLASIFICACIÓN DE EMPAQUES Y PUNTOS A CONSIDERAR AL REALIZAR EL EMPAQUE

Clasificación	Ejemplos	Preparación de los productos a empacar	Factores a considerar en el proceso de empaque
Textiles	Lino, manteles, alfombras, algodón, ropa.	Secado Remover el polvo.	Protección para decoloración por causa de luz. Protección par daño de insectos. Mantener fuera el polvo. Transparente
Madera	Esculturas, mesas, sillas, adornos. (algunos son pintados)	Limpieza Secado	Protección contra ralladuras. Protección de la humedad, microbios e insectos. Preservación del aroma. Protección contra decoloración por luz. Para objetos delicados se debe utilizar materiales amortiguadores para evitar daños por compresión o impacto.
Productos decorados.	Objetos decorativos.	Limpieza	Similar a la madera, con un protección especial contra la fricción.
Metales	Esculturas de bronce, objetos de plata, decoraciones.	Remover el polvo. Lustrar.	Protección contra corrosión (aire, humedad, agua salada) para algunos productos. Protección contra presión o fuerza para evitar abolladuras.
Objetos de cerámica	Floreros, vasos.	Limpieza	Fragilidad. Impacto entre objetos es tan dañino como los impactos exteriores.
Objetos de cuero	Bolsas, llaveros, ropa, decoraciones.	Limpieza Secado	Regulación de la humedad interna del empaque para mantener los productos flexibles. Protección contra decoloración y manchas.
Objetos de papel	Dibujos, cuadros.	Limpieza Secado	Suavidad, se dobla con facilidad. Protección del agua y de la luz.
Objetos de plástico	Basureros, muebles, decoraciones.	Limpieza Secado	Suavidad, se dobla con facilidad. Protección de la humedad.
Objetos de marfil y esmalte.	Esculturas, joyas, objetos ornamentales.	Limpieza	Frágiles y caros.
Objetos de cerámica	Jarrones, esculturas, decoraciones.	Limpieza	Artículos frágiles y en algunos casos pesados. Algunos son caros dependiendo del valor artístico.

TABLA #4

CLASIFICACIÓN DE EMPAQUE DE ACUERDO A SU NECESIDAD DE PROTECCIÓN CONTRA LA HUMEDAD

Requieren empaque con protección contra la humedad y en algunos casos protección física.	Requieren empaque para protección física únicamente.
Productos de Metal. Productos de madera. Textiles. Productos de papel. Productos de cuero. Productos de fibras.	Productos de vidrio. Cerámicas. Productos de piedra. Productos de marfil.

TABLA #5

MÉTODO Y SECUENCIA DE LAS OPERACIONES DE EMPAQUE DE ACUERDO A EL PESO, DIMENSIONES Y RESISTENCIA FÍSICA DEL ARTICULO.

Peso y dimensiones	Resistencia Física	Secuencia* / Tipos de empaque	
		Empaque contra Humedad	Empaque para protección física únicamente.
Menos de 500 gr. Una dimensión 10 cm o menos.	Fuerte	1-5	2-5
	Frágil.	1-3-5	2-3-5
	Delicado / Valioso	1-4-5	2-4-5
500-1000 gr. Una dimensión. 10 cm o menos.	Fuerte	1-5	2-5
	Frágil.	1-3-6	2-3-6
	Delicado / Valioso	1-4-6	2-4-6
1,000- 2,000 gr. Todas dimensiones.	Fuerte	1-6	2-6
	Frágil.	1-3-6	2-3-6
Mayores a 10 cm Mas de 2,000 gr.	Delicado / Valioso	1-3-4-6	2-3-4-6
	Fuerte	1-7	2-7
	Frágil.	1-3-7	2-3-7
	Delicado / Valioso	1-3-4-7	2-3-4-7

* La secuencia numérica del proceso del tipo y proceso de empaque son explicadas en la tabla 4.

TABLA #6

**FUNCIÓN Y MATERIALES DEL EMPAQUE ENLISTADOS DE A CUERDO
A SU SECUENCIA USUAL DE EMPAQUE**

Secuencia de empaque	Función de empaque / Materiales Utilizados
1	Barreras Exteriores: Film PE HDPE con un espesor mayor a 0.02 mm LDPE con un espesor mayor a 0.03 mm Film CPP Mas de 0.002 mm de espesor. Otros Papel craft, parafina, papel encerado, PE PVC film, etc.
2	Materiales de empaque: Papel craft. Plástico transparente si se necesita transparencia.
3	Materiales blandos de amortiguación: Film plástico con burbujas de aire. Film plástico con aire. Cartón corrugado Trozos de papel. Lana.
4	Materiales rígidos para amortiguación: Espuma (PS, PE, Poliuretano) Trozos de papel. Molduras de cartón.
5	Materiales para cajas suaves: Papel cartón con peso de mas de 350 gr/m" Pliego de plástico con estrías. Plástico y otros materiales para hacer contenedores.
6	Materiales para cajas medio fuertes: Una pared de cartón corrugado con una resistencia de mas de 8 Kg/cm".
7	Materiales para cajas fuertes Pared doble de cartón corrugado con una resistencia de mas de 10 Kg/cm"

TABLA # 7

COSTO DE REGISTRO DEL DOMINIO EN INTERNET

PROVEEDOR	1 año	2 años	5 años	10 años
Names4ever.com	\$35.00	\$63.00	\$140.00	\$245.00
1dni.com	\$19.95	\$39.90	\$99.75	\$199.50
123registration.com	\$35.00	\$63.00	\$140.00	\$210.00
adresscreation.com	\$15.00	\$30.00	\$70.00	\$115.00
e-names.org	\$16.99	\$33.98	\$84.95	\$169.90
alldomains.com	\$24.50	\$49.00	\$122.50	\$245.00
domaindiscover.com	\$25.00	\$50.00	\$125.00	\$250.00
iaregistry.com	\$32.55	\$65.10	\$162.75	\$325.50
namesecure.com	\$35.00	\$70.00	\$175.00	\$350.00

TABLA # 8

**COSTOS DE DISEÑO DEL LA TIENDA
DISEÑADORES INDEPENDIENTES**

DISEÑADOR A

PLAN ESTÁNDAR:	Costo Unitario	Costo Total
Dominio X 2 años	\$70.00	\$70.00
Hosting x 1 año	\$300.00	\$300.00
Página Principal	\$70.00	\$70.00
Página Adicional Suponiendo 5 paginas adicionales	\$40.00	\$200.00
Cuentas de email 5 cuentas por	\$120.00	\$120.00
TOTAL INVERSIÓN		\$760.00

DISEÑADOR B

PLAN ESTÁNDAR:	Costo Unitario	Costo Total
Dominio X 2 años	\$50.00	\$50.00
Hosting x 1 año	\$240.00	\$240.00
Mantenimiento Anual A partir del segundo año.	\$265.00	
Diseño de páginas ilimitado, actualización mensual gratis, cuentas emails ilimitados	\$900.00	\$900.00
TOTAL INVERSIÓN		\$1,190.00

TABLA # 9

**COSTO DEL DISEÑO DE LA TIENDA
EMPRESAS DISEÑADORAS**

EMPRESA A	Costo Unitario	Costo Total
Web Hosting Incluye registro del dominio x1 año 10 cuentas de email 20 MB de espacio en servidor Pago Anual	\$255.00	\$255.00
Diseño Grafico Incluye 1 página principal y 3 paginas interiores	\$198.00	\$198.00
Desarrollo del catalogo de Productos	\$1,086.00	\$1,086.00
Servicios Adicionales Servicio por Hora (ingreso de fotos, Ilustraciones, Logotipos, consultoría)	\$49.50	
TOTAL INVERSIÓN		\$1,539.00

EMPRESA B	Costo Unitario	Costo Total
Dominio x año (www.empresa.com)	\$55.00	\$55.00
Dominio x año (www.empresa.com.gt)	\$100.00	
Hosting (www.globalnet.com.gt/empresa) Costo por año	\$50.00	
Hosting (www.empresa.com) Costo por año	\$100.00	\$100.00
Cuenta de email Incluyendo 10 cuentas	\$30.00	\$300.00
Diseño de paginas informativas (incluyen texto, fotografías, animaciones) Incluyendo 4 páginas	\$50.00	\$200.00
Diseño de pagina dinámica (aplicación de base de datos) Incluyendo 10 páginas para catalogo	\$60.00	\$600.00
Traducción a otro idioma por la empresa Utilizando traductor jurado	50 % del total	
Traducción a otro idioma Proporcionada por nuestra empresa	10% del total	\$131.00
Formulario contáctenos Pago único	\$55.00	\$55.00
Contador de visitas	Gratis	
TOTAL INVERSIÓN		\$1,441.00

TABLA #10a

**COSTOS DE DISEÑO DE LA TIENDA
POR MEDIO DE SITIOS EN INTERNET**

PROVEEDOR A

MODELO A	MOTOR DE COMPRAS
Incluye: Plantillas predeterminadas par el diseño de la tienda 50 Mbytes de espacio Hosting Licencia del software del motor de compras Cantidad ilimitada de productos y categorías de productos a publicar Buscador de productos interno Notificación de venta y facturación vía email. Uso del certificado de seguridad para facilitar el pago. Soporte técnico (horas hábiles) Contrato a 24 meses. Curso de 5 horas para el manejo administrativo de la tienda.	
Inversión Inicial (pago único) Desarrollo e implementación de la tienda Virtual	\$750.00
Inversión recurrente mensual	\$150.00
INVERSIÓN TOTAL (1 año)	\$2,550.00

MODELO B	MOTOR DE COMPRAS PREMIUM
Incluye: Plantillas personalizadas y adaptadas para el diseño de la tienda Hosting con espacio ilimitado Dominio propio administrado por terra mitiendavirtual.com.gt Cantidad ilimitada de productos y categorías de productos a publicar Licencia del software del motor de compras Buscador de productos interno Derecho a colocar 100 productos en el mall del sitio. Derecho a figurar en la sección del portal como comercio referido. Integración Estándar de Facturación e Inventario. Certificado de seguridad propio, tramitado por terra. Contrato a 12 meses. Soporte técnico (horas hábiles) Curso de 5 horas para el manejo administrativo de la tienda.	
Inversión Inicial (pago único) Desarrollo e implementación de la tienda Virtual	\$1,100.00
Inversión recurrente mensual	\$350.00
Inversión recurrente anual	\$450.00
INVERSIÓN TOTAL (1 año)	\$5,300.00

TABLA #10b

**COSTOS DE DISEÑO DE LA TIENDA
POR MEDIO DE SITIOS EN INTERNET**

PROVEEDOR B

PEQUEÑA TIENDA

Incluye:	
Plantillas predeterminadas par el diseño de la tienda	
No se necesita software solamente un navegador en internet	
Incluye nombre de dominio tipo website.suempresa.com	
Uso de licencia de seguridad SSL	
Recibo y procesamiento de pedidos online.	
Creación personal de la tienda.	
Actualización fácil y rápida de la tienda.	
50 productos incluidos en el catalogo	
Aplicaciones de estadísticas de visitantes, ventas y ordenes	
Inversión recurrente mensual	\$100.00
INVERSIÓN TOTAL (1 año)	\$1,200.00

TIENDA GRANDE

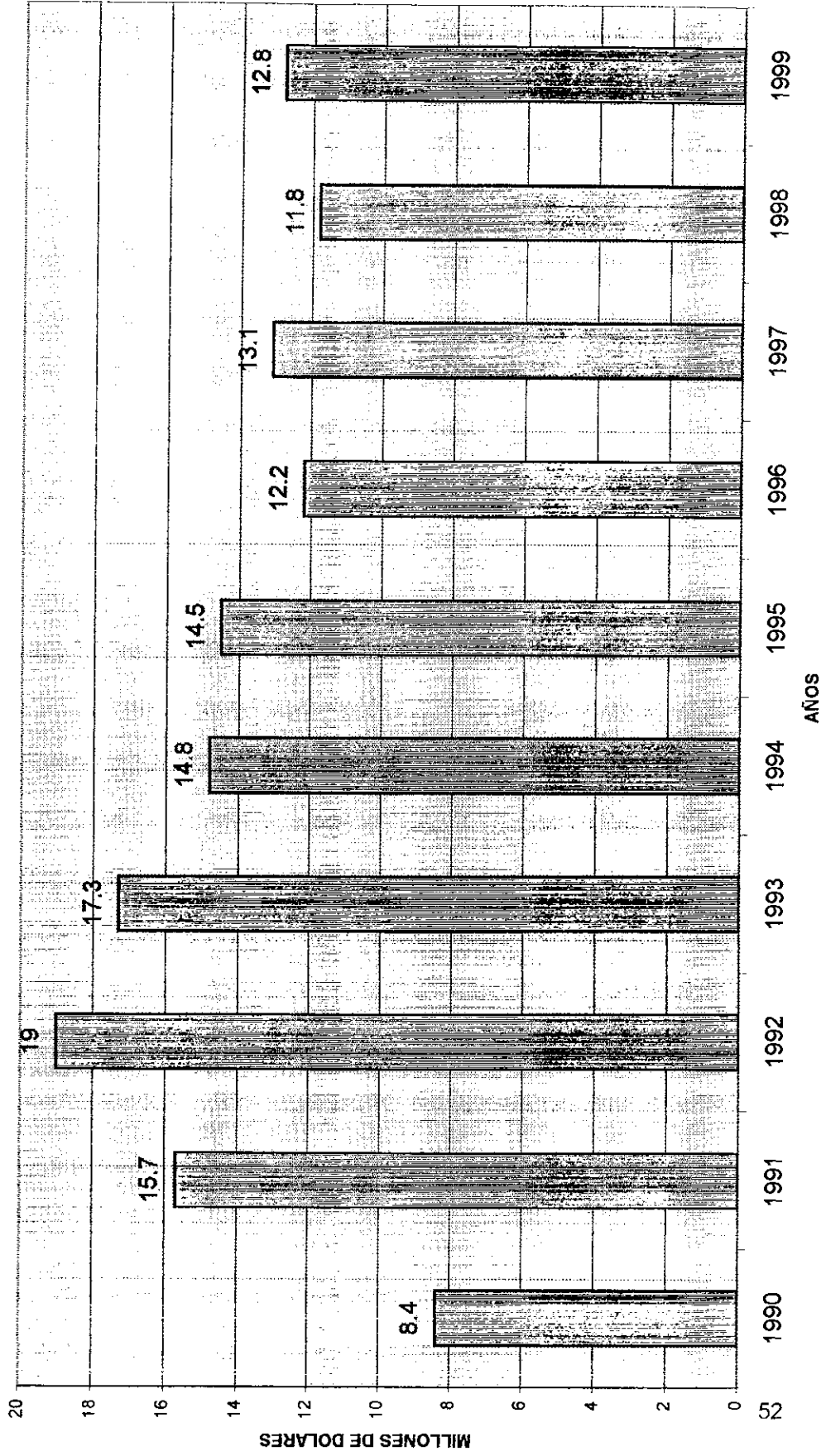
Incluye:	
Plantillas predeterminadas par el diseño de la tienda	
No se necesita software solamente un navegador en internet	
Incluye nombre de dominio tipo website.suempresa.com	
Uso de licencia de seguridad SSL	
Recibo y procesamiento de pedidos online.	
Creación personal de la tienda.	
Actualización fácil y rápida de la tienda.	
1000 productos enlistados en el catalogo	
Aplicaciones de estadísticas de visitantes, ventas y ordenes	
Inversión recurrente mensual	\$300.00
INVERSIÓN TOTAL (1 año)	\$3,600.00

TABLA #11

COSTO DE REGISTRO EN BUSCADORES

submit-it.com 400 directorios y buscadores Para 5 direcciones URL (mínimo)	\$59.00
siteadd.com 15 buscadores	gratis
123-cyberregister.com 300 buscadores 100 buscadores	\$64.00 \$54.00
citynetsearch.com 200 buscadores 400 buscadores 400 buscadores más 10 páginas especializadas 400 buscadores más 20 páginas especializadas 400 buscadores más 30 páginas especializadas	\$29.95 \$49.95 \$1,500.00 \$2,500.00 \$3,500.00
gethits.com 20 de los mejores buscadores y 60,000 referencias en internet. 60,000 referencias en directorios y páginas relacionadas. 10,000 referencias en directorios y páginas relacionadas.	\$295.00 \$69.00 \$39.00

GRAFICA #1
EXPORTACIONES DE ARTESANÍAS GUATEMALTECAS



JARRON ESTILO PRECOLOMBINO



Precio: US\$450.00 + Flete **Medidas:** 18 cm x 27 cm x 18 cm **Peso:** 1 Kg.

Descripción: Precioso jarrón, elaborado y pintado a mano, por artesanos indígenas, con motivos mayas.

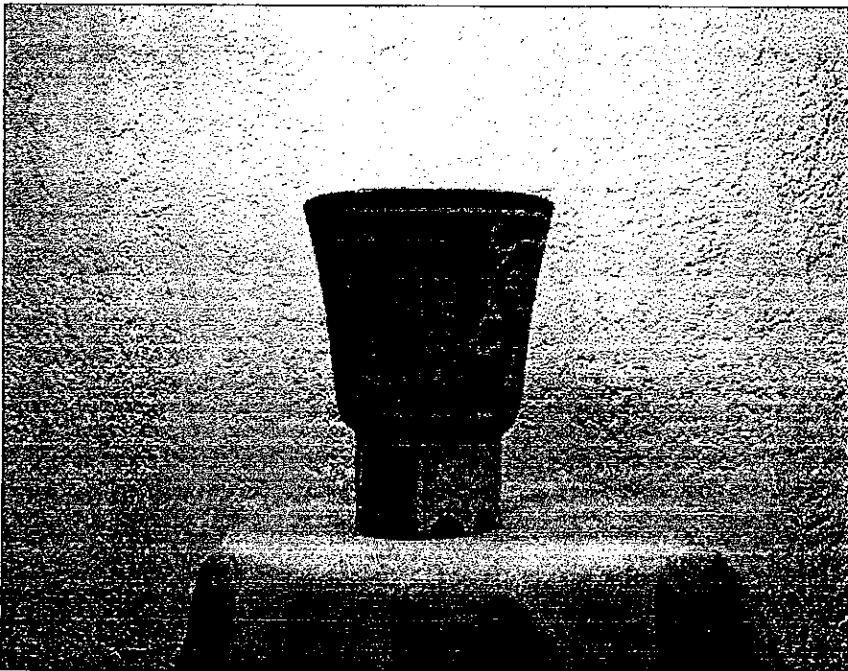
PLATO ESTILO PRECOLOMBINO



Precio: US 535.00 + Flete **Medidas:** 32cm x 17cm x 23cm **Peso:** 750 gr.

Descripción: Precioso plato fabricado y decorado con estilos y procesos artesanales precolombinos, dándole una apariencia única e irrepetible.

JARRON CONICO



Precio: US 350.00 + flete **Medidas:** 16 cm x 21 cm x 16 cm **Peso:** 650 gr.

Descripción: Precioso jarrón cónico, fabricado y decorado a mano por artesanos Guatemaltecos, al estilo y con motivos precolombinos.

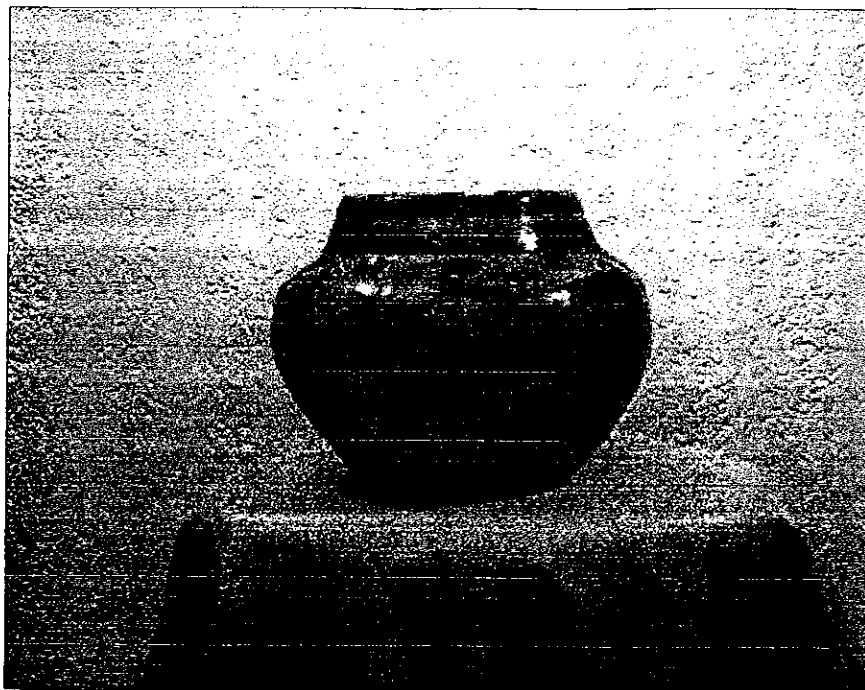
JARRON CILINDRICO



Precio: US\$ 375.00 + flete **Medidas:** 17 cm x 24 cm x 16 cm **Peso:** 950 gr.

Descripción: Precioso jarrón cilíndrico, fabricado y decorado a mano por artesanos Guatemaltecos, con procesos y motivos precolombinos.

VASIJA



Precio: US\$ 315.00 + flete **Medidas:** 20 cm x 15 cm x 20 cm **Peso:** 500 gr.

Descripción: Preciosa vasija cerámica, fabricada y decorada a mano por artesanos Guatemaltecos, con procesos y motivos precolombinos.

JARRON

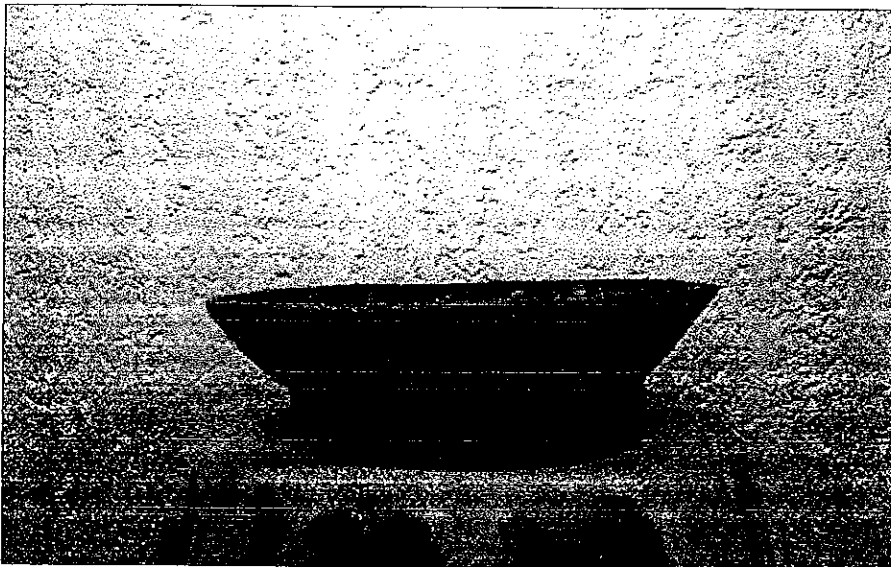
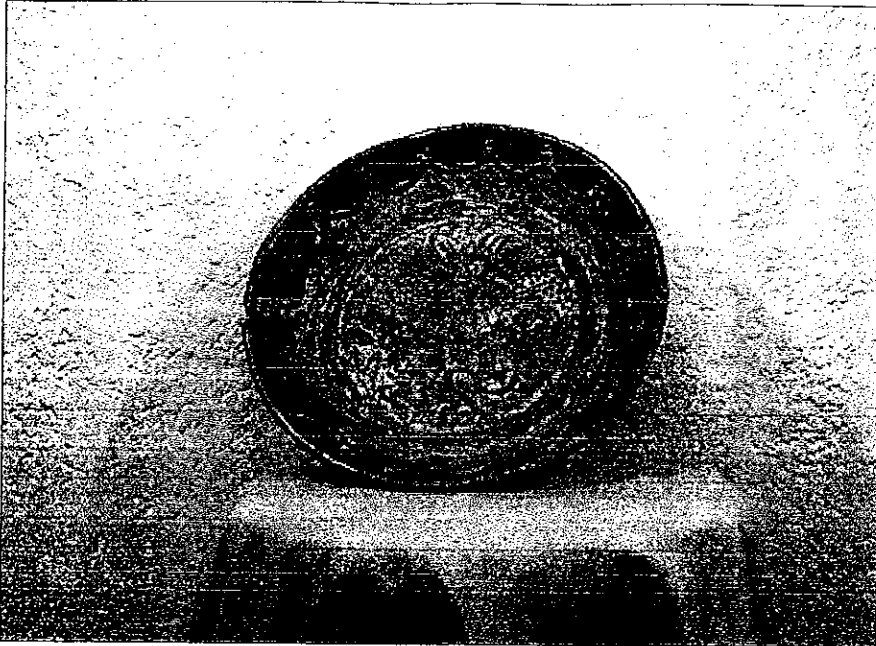


Precio: US\$500.00 + Flete

Medidas: 18 cm x 27 cm x 18 cm **Peso:** 1 Kg.

Descripción: Precioso jarrón, elaborado y pintado a mano, por artesanos indígenas, con motivos mayas.

PLATO CON BASE



Precio: US\$ 650.00 + Flete **Medidas:** 32cm x 17cm x 23cm **Peso:** 750 gr.

Descripción: Precioso plato fabricado y decorado con estilos y procesos artesanales precolombinos, dándole una apariencia única e irrepetible.

NIÑO DIOS



Precio: US 625.00 + Flete **Medidas:** 22cm x 37cm x 37cm **Peso:** 750 gr.

Descripción: Precioso niño dios, fabricado en madera. Bellamente tallado, estilo colonial. Con una apariencia única e irrepetible. No incluye silla.

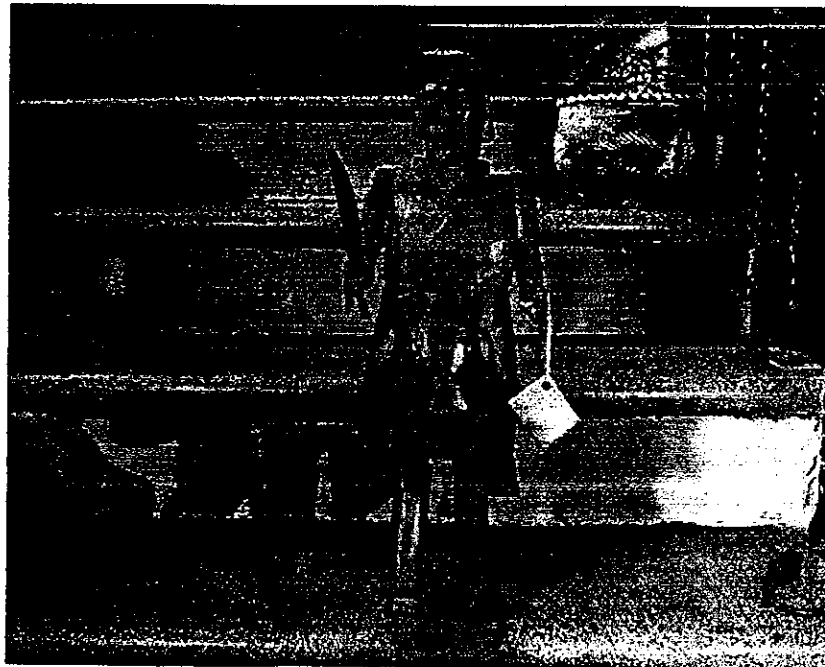
SANTA LUCIA



Precio: US \$ 565.00 + Flete **Medidas:** 16cm x 12cm x 44cm **Peso:** 750 gr.

Descripción: Preciosa Santa Lucia en colores pastel, una pieza encantadora.

QUIJOTE



Precio: US 250.00 + Flete

Medidas: 18cm x 42cm x 49cm **Peso:** 850 gr.

Descripción: Precioso jinete formado por tres piezas, que se ensamblan para formar un conjunto maravilloso.

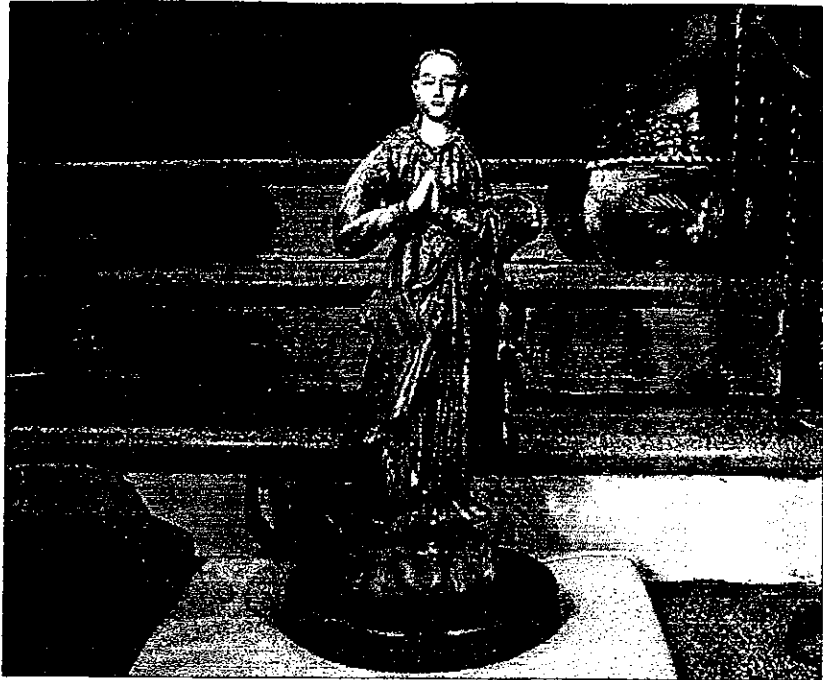
APOSTOL



Precio: US\$ 200.00 + Flete **Medidas:** 12cm x 10cm x 30cm **Peso:** 400 gr.

Descripción: Tallado en madera de caoba, imagen con acabados impresionantes que asemejan fielmente un objeto antiguo.

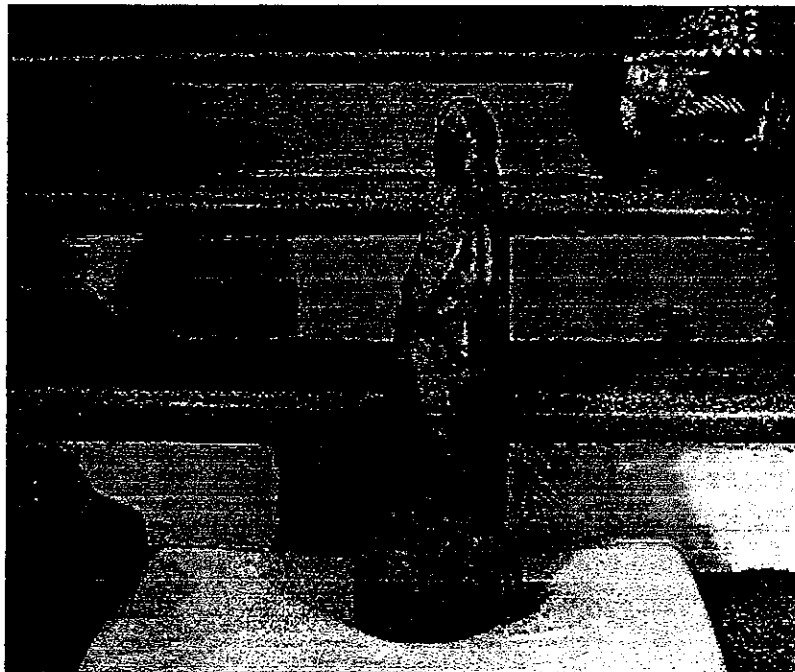
VIRGEN DE LOURDES



Precio: US 450.00 + Flete **Medidas:** 24cm x 24cm x 58cm **Peso:** 2.0 kg.

Descripción: Preciosa imagen de la Virgen de Lourdes, tallada con un detalle impresionante.

VIRGEN ANTIGUA



Precio: US\$ 450.00 + Flete **Medidas:** 14cm x 15cm x 43cm **Peso:** 700 gr.

Descripción: Virgen con cierto grado de daño, ocasionado por los años. Una pieza digna de un coleccionista.

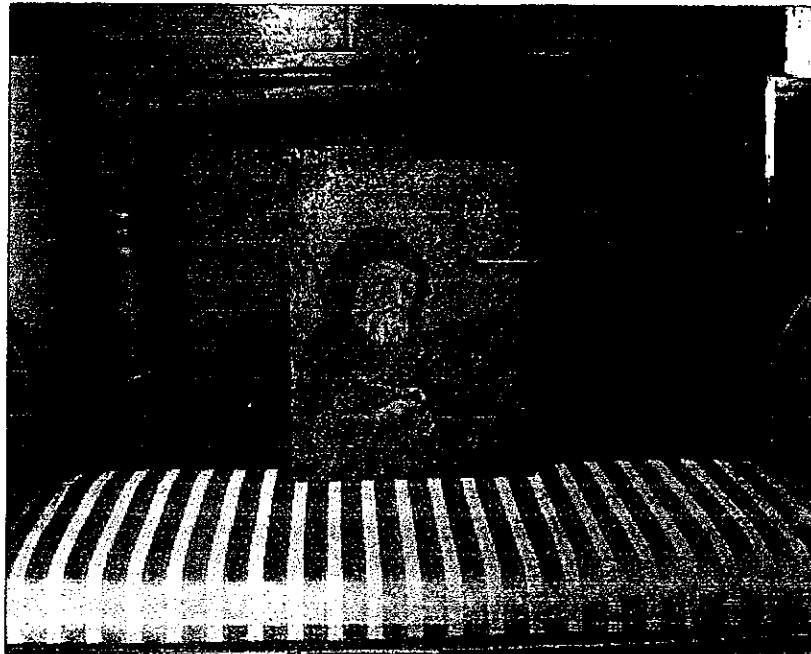
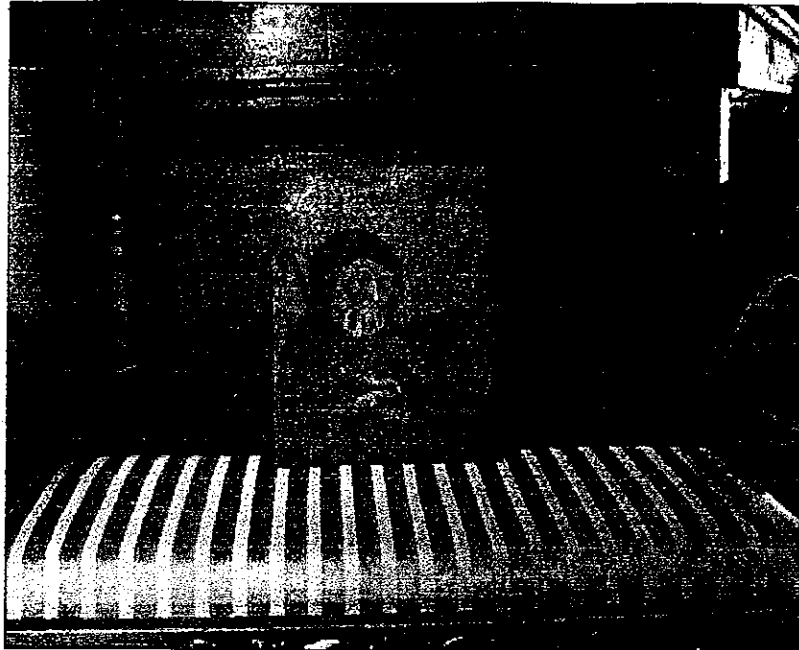
SAN JOSE



Precio: US\$ 1000.00 + Flete **Medidas:** 18cm x 25cm x 57cm **Peso:** 2.0 Kg.

Descripción: Imagen de San José, bellamente decorada. Tallada en cedro, con la apariencia de ser un objeto antiguo en buenas condiciones.

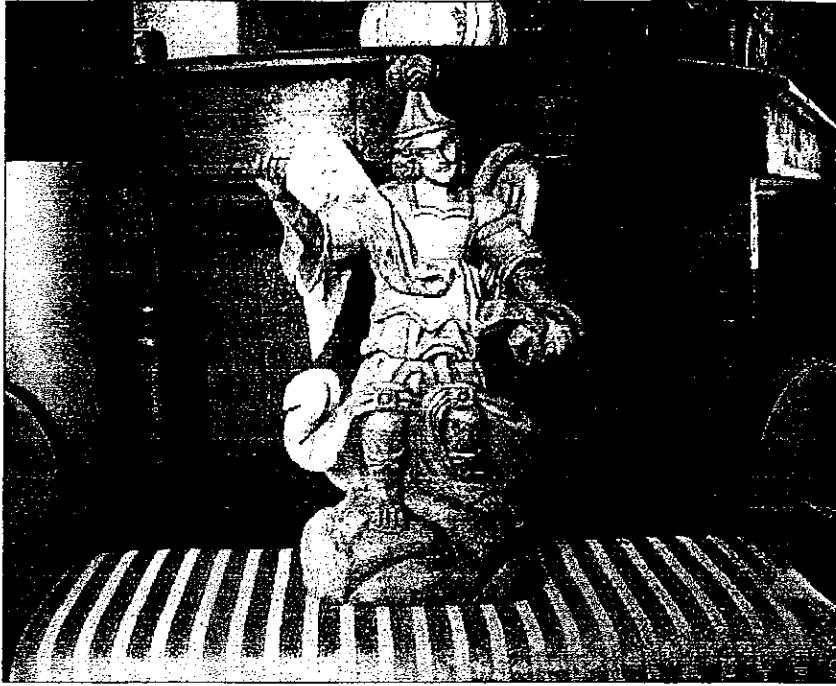
PINTURA EN LATON



Precio: US250.00 + Flete **Medidas:** 36cm x 27cm x 0.2 cm **Peso:** 50 gr.

Descripción: Pintura antigua, realizada sobre una placa de latón.

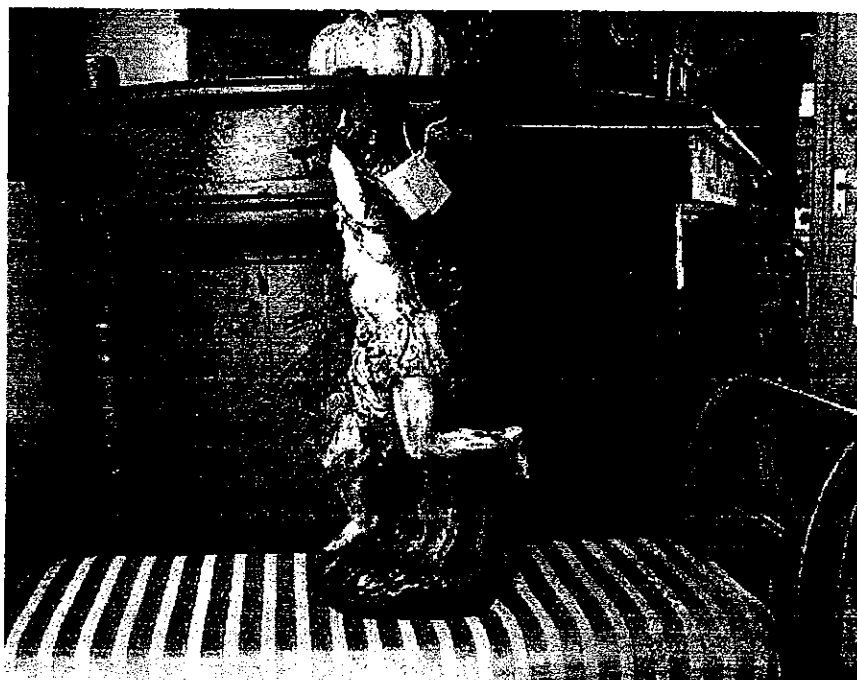
ARCÁNGEL



Precio: US 200.00 + Flete **Medidas:** 25cm x 33cm x 49cm **Peso:** 1000 gr.

Descripción: Bella imagen de un arcángel, en color madera. Este acabado hace que el tallado sea mucho mas visible, proporcionándole un mayor encanto.

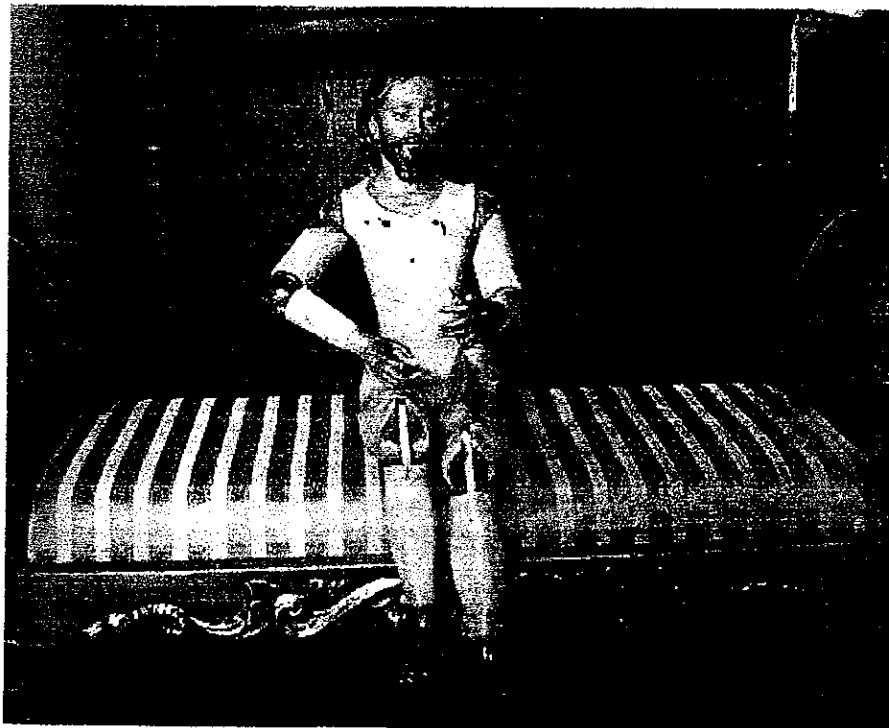
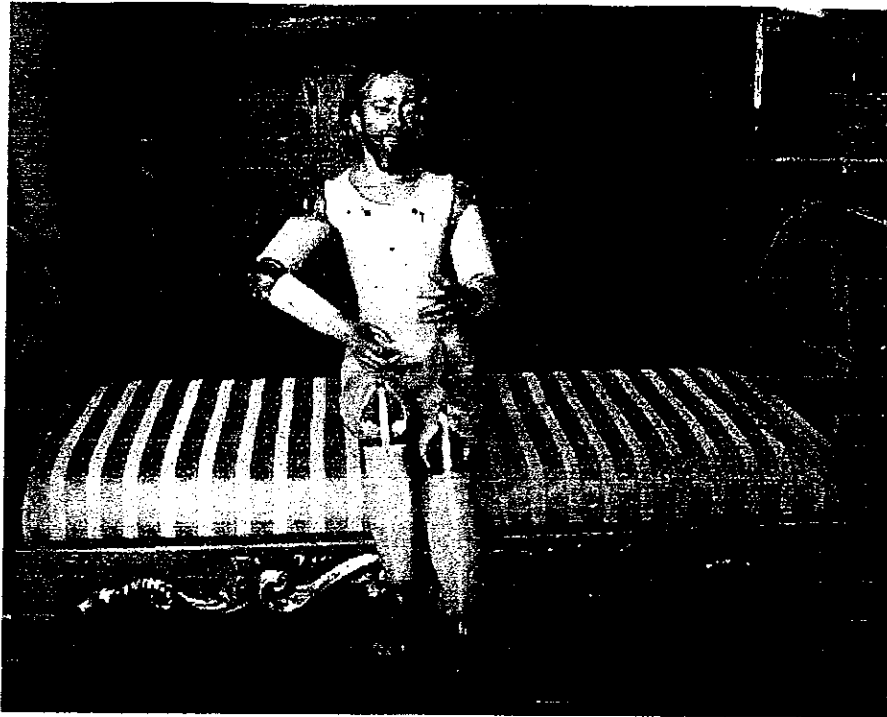
SAN SEBASTIÁN



Precio: US\$ 1,900.00 + Flete **Medidas:** 30cm x 30cm x 60cm **Peso:** 2,500 gr.

Descripción: Realmente es una obra de arte. Esta escultura de San Sebastián presenta unos acabados impresionantes y un talle perfecto. Con colores vivos que impresionan la vista.

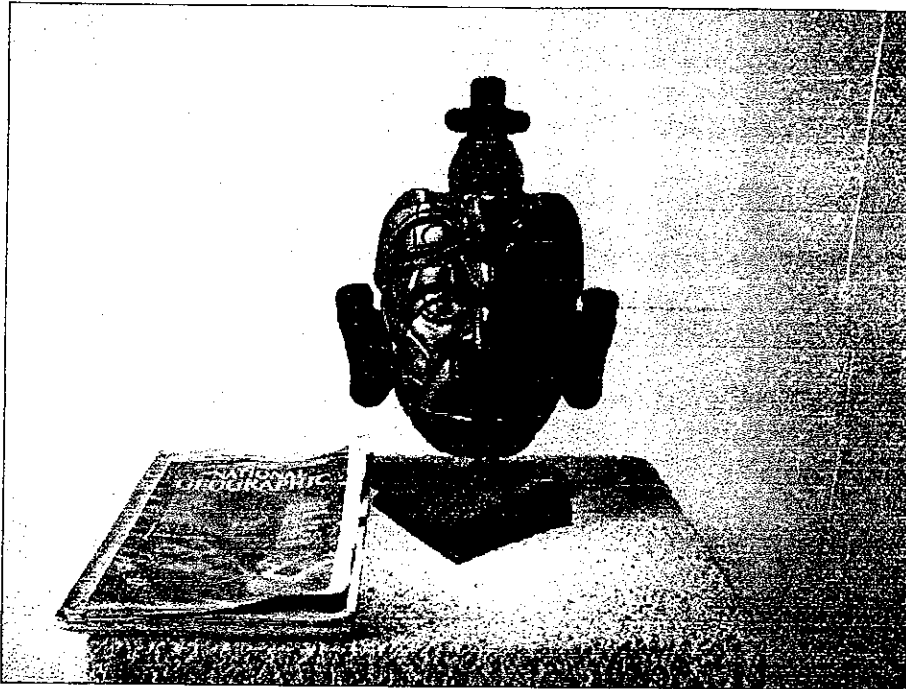
JESÚS DE GOMZE



Precio: US\$ 1,200.00 + Flete **Medidas:** 30cm x 35cm x 65cm **Peso:** 1,500 gr.

Descripción: Una decoración para cualquier rincón de la casa, su postura lo hace ideal para ser acomodado en muchos sitios.

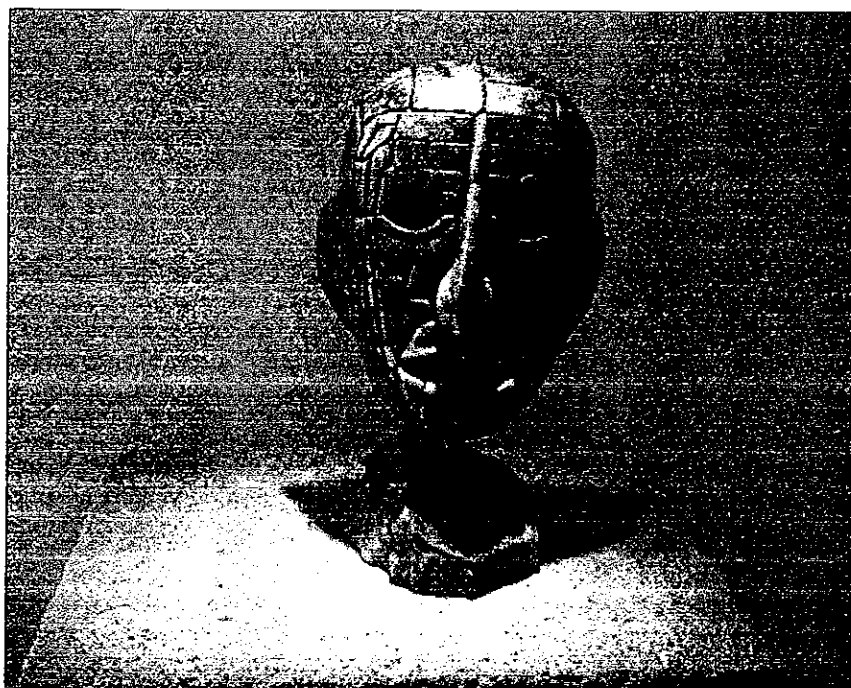
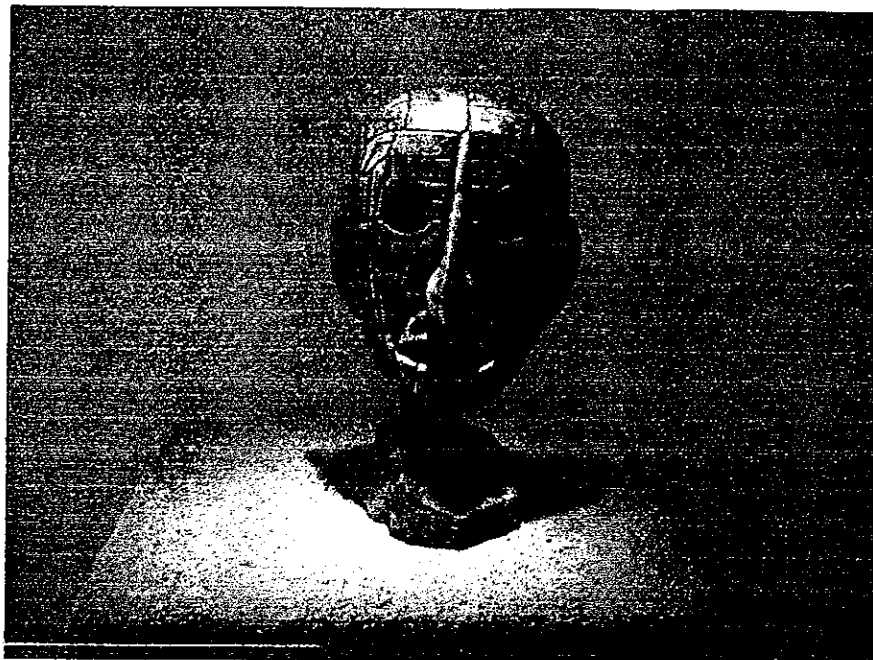
MASCARA DE JADE TIKAL



Precio: US 1100.00 + Flete **Medidas:** 22cm x 17cm x 9 cm **Peso:** 250 gr.

Descripción: Extraordinaria mascara de jade. Tallada exactamente igual que la mascara descubierta en Tikal. Disponible en acabos mate y brillante.

MASCARA DE JADE PACAL



Precio: US\$ 850.00 + Flete **Medidas:** 20cm x 15cm x 10 cm **Peso:** 250 gr.

Descripción: Extraordinaria mascara de jade. Tallada exactamente igual que la mascara descubierta en Pacal. Disponible en acabos mate y brillante

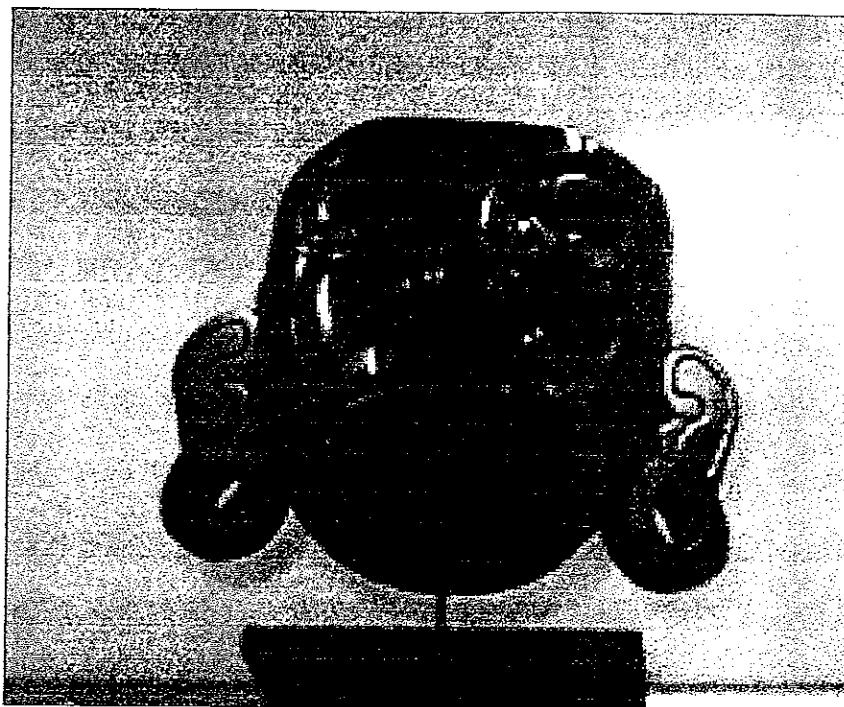
MASCARA DE JADE YUCATÁN



Precio: US\$ 650.00 + Flete **Medidas:** 15cm x 10cm x 5 cm **Peso:** 250 gr.

Descripción: Extraordinaria mascara de jade. Tallada exactamente igual que la mascara descubierta en Yucatán. Disponible en acabos mate y brillante

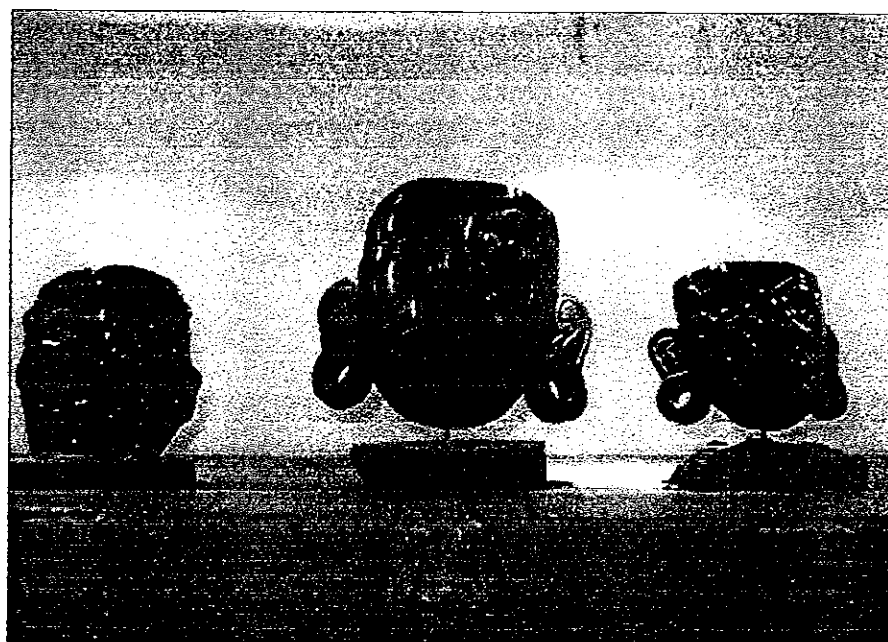
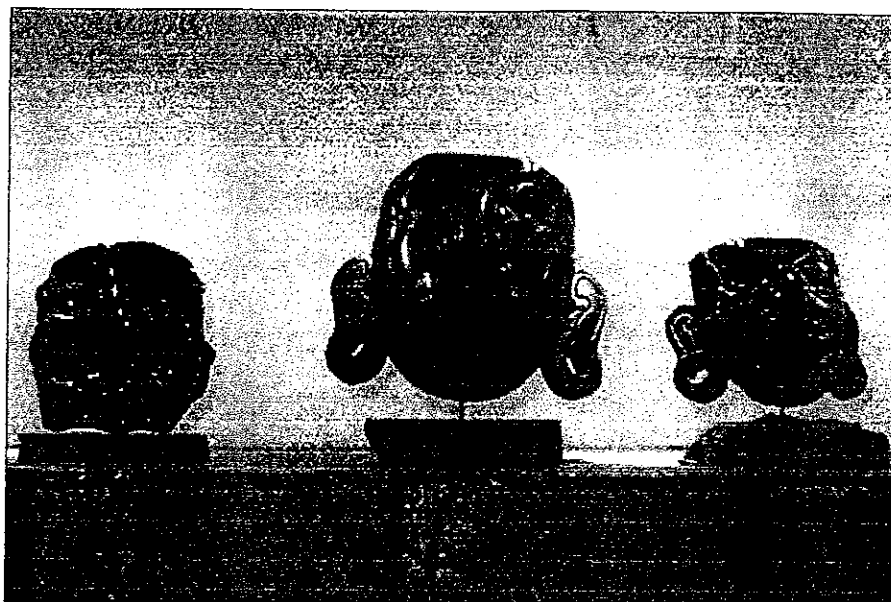
MASCARA DEL NARANJO



Precio: US 950.00 + Flete **Medidas:** 14m x 18cm x 9cm **Peso:** 250 gr.

Descripción: Extraordinaria mascara de jade. Tallada exactamente igual que la mascara descubierta en El Naranjo. Disponible en acabos mate y brillante

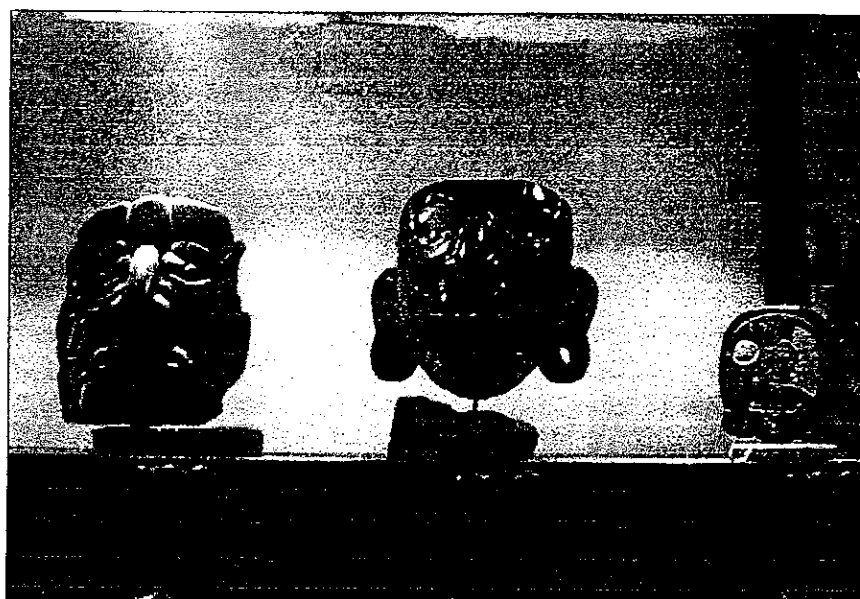
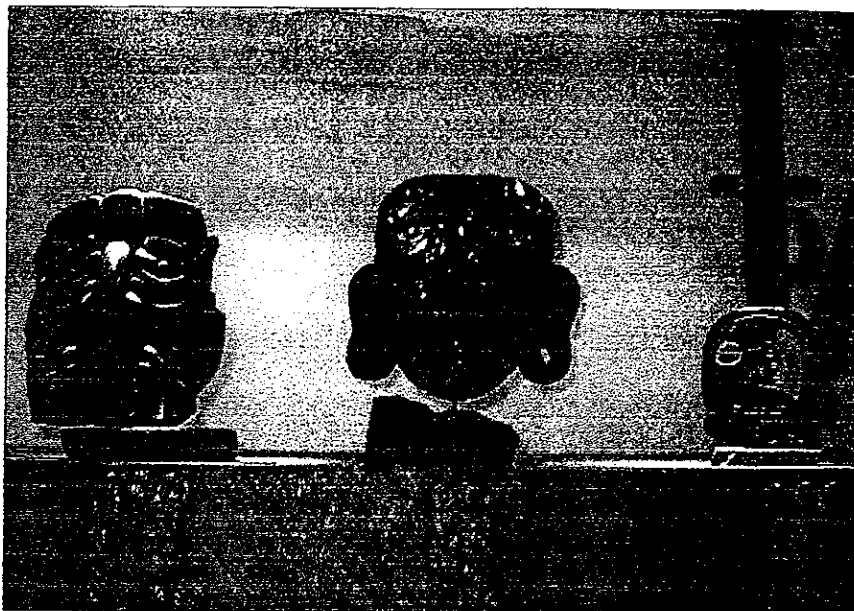
SET DE MASCARAS



Precio: US 950.00 + Flete **Medidas:** 6-12 cm x 8-13cmx2-4cm **Peso:** 200 gr.

Descripción: Extraordinaria juego de mascararas de jade. Tres replicas talladas a una menor escala que el tamaño original.. Disponible en acabos mate y brillante

SET DE PIEZAS DE JADE



Precio: US 750.00 + Flete **Medidas:** 4-8cmx 6-10cmx 1-4cm **Peso:** 250 gr.

Descripción: Extraordinario juego de dos mascararas de jade y un adorno. Aquí se puede apreciar la mascara del naranjo con un acabado brillante. Disponible en acabos mate y brillante

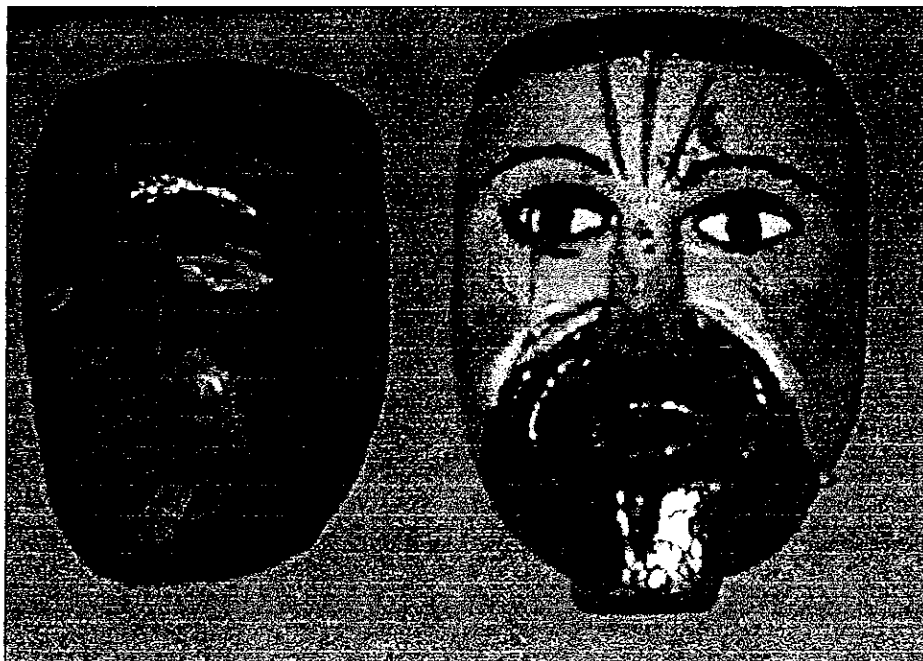
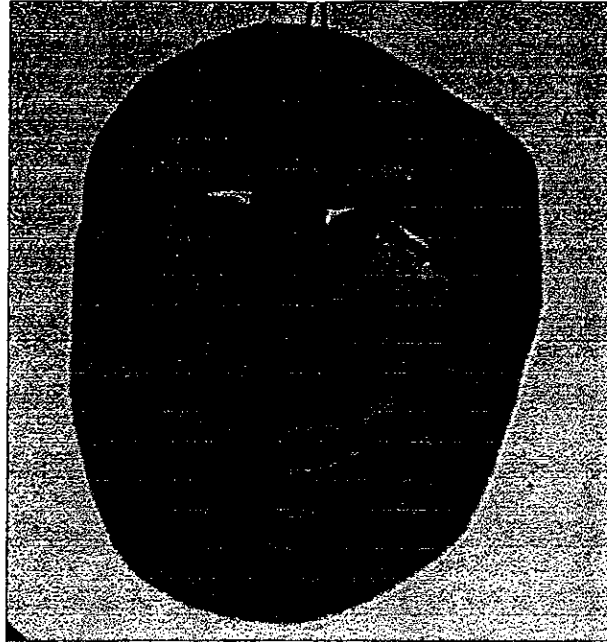
SET DE HORMA DE ZAPATOS



Precio: US 200.00 + Flete **Medidas:** 3-6cmx 4-6cmx 13-17cm **Peso:** 300 gr.

Descripción: Extraordinario juego de dos pares de hormas de zapatos.

SET DE MASCARAS DE MADERA



Precio: US 300.00 + Flete **Medidas:** 10-13cm x 15-18cm x 8-10cm **Peso:** 300 gr.

Descripción: Set de tres mascararas de madera rusticas, una en color madera, la segunda con acabado brillante y la tercera pintada a colores.