

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

**ESTRATEGIAS PARA ESTABLECER LA COMUNICACIÓN EXTERNA  
ENTRE LA EMPRESA NETSOLUTIONS Y SU CARTERA DE CLIENTES**

**MARICELA CELESTE HERRERA LÓPEZ**



LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2016

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**ESTRATEGIAS PARA ESTABLECER LA COMUNICACIÓN EXTERNA ENTRE LA  
EMPRESA NETSOLUTIONS Y SU CARTERA DE CLIENTES**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**MARICELA CELESTE HERRERA LÓPEZ**

Previo a optar al título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Guatemala, noviembre de 2016**

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Mario Roberto Barrientos Aldana

Anaite del Rosario Machuca Pérez

### **Representante de Egresados**

Lic. Michael González Bátres

### **Secretaria Administrativa**

M.Sc. Claudia Molina

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Noemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

Guatemala, 04 de Agosto de 2016

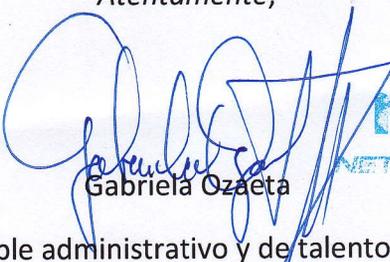
Lic. Luis Pedroza  
**Coordinador**  
*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el estudiante(a) epesista **Maricela Celeste Herrera López** con número de carné: **200820845** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el departamento de ventas, cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 16 de mayo al 29 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto: **"Estrategias para establecer la comunicación externa entre la empresa NETSOLUTIONS y su cartera de clientes"** entregando el material comunicacional respectivo, debidamente recibido por **NETSOLUTIONS**.

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista(a) y, para los usos y procesos siguientes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra institución.

Atentamente,



Gabriela Ozaeta

Responsable administrativo y de talento humano



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala 3 de Noviembre de 2016

Estudiante

**Maricela Celeste Herrera López**

Carné: **200820845**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

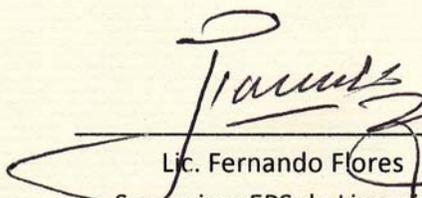
De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título "Estrategias para establecer la comunicación externa entre la empresa Net Solutions y su cartera de clientes." El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

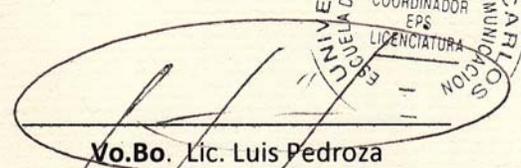
Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la impresión de su trabajo final de EPS de Licenciatura en número de 10 ejemplares impresos y 3 CD'S con el documento incluido en formato PDF los cuales deberá entregar a las instancias correspondientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAN A TODOS"

  
Lic. Fernando Flores  
Supervisor EPS de Licenciatura



  
Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza  
Coordinador EPS de Licenciatura





**USAC**  
**TRICENTENARIA**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

**Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.**

## DEDICATORIA

- A Dios** Por ser el centro de mi vida, darme la sabiduría para alcanzar esta meta, a su hijo Jesús y el Espíritu Santo que siempre me han acompañado.
- A mi Madre** María Julia López de Herrera, por ser un apoyo en el transcurso de mi carrera, quien siempre estuvo pendiente de mí y confiando en que lo lograría.
- A mi Padre** Noé de Jesús Herrera Muñoz 1961-2012, quien siempre fue un luchador, esforzado y valiente, y me dejó muchas lecciones de vida.
- A mis hermanos** Karina y Marvin Herrera por haber creído en que alcanzaría esta meta, quienes siempre me han demostrado que están orgullosos de mí y para quienes deseo ser un ejemplo.
- A mi hermano** Cristian Alexander Herrera López 1994-2012, de quien siempre quise ser el mejor ejemplo a seguir y siempre estará en mi corazón.
- A mi novio** Álvaro Emilio Velásquez por los años de amistad y ahora por su amor y apoyo en la fase final de esta meta.
- A mis compañeros** Jacqueline, Roberto, Esmeralda, Pamela, por su apoyo en el último año de estudios.
- A mis amigos** Por su cariño y amistad.

## **AGRADECIMIENTOS**

- A La Universidad** San Carlos de Guatemala por aceptarme como estudiante.
- A La Escuela** Ciencias de la Comunicación, por haberme dado la oportunidad de ingresar a esta escuela y alcanzar mí sueño.
- A los docentes** Que compartieron sus conocimientos.
- A la Empresa** NETSOLUTIONS por brindarme la oportunidad de realizar mi EPS en sus instalaciones.
- A mi madre** Siempre estaré agradecida por haberme guiado en el camino correcto que es el de Dios y por todos sus consejos.
- A Lic. Fernando Flores** Por su asesoría y apoyo en este proyecto.

# ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	II
JUSTIFICACIÓN .....	III
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>1</b>
<b>1. DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>1</b>
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General.....	1
1.1.2. Objetivo Específicos .....	1
1.2. LA INSTITUCIÓN “Soluciones en Conectividad (Netsolutions)” .....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica .....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas .....	2
1.2.3. Antecedentes o Historia .....	4
1.2.4. Departamentos o Dependencias .....	4
1.2.5. Misión .....	5
1.2.6. Visión.....	5
1.2.7. Objetivos Institucionales .....	5
1.2.8. Público Objetivo.....	5
1.2.9. Organigrama .....	6
1.3. METODOLOGÍA .....	7
1.3.1. Descripción del Método .....	7
1.3.2. Técnicas e Instrumento de Recolección.....	7
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico .....	9

1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS .....	10
1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas .....	10
<b>1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA .....</b>	<b>22</b>
1.5.1. Fortalezas.....	22
1.5.2. Oportunidades.....	22
1.5.3. Debilidades.....	22
1.5.4. Amenazas .....	22
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>23</b>
<b>2. PLAN DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>23</b>
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES .....	23
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN .....	24
2.2.1. Objetivo General.....	24
2.2.2. Objetivos Específicos .....	24
2.3. PÚBLICO OBJETIVO .....	25
2.4. MENSAJE.....	25
2.5. ESTRATEGIAS.....	26
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN.....	26
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>27</b>
<b>3. INFORME DE EJECUCIÓN .....</b>	<b>27</b>
3.1. PROYECTO DESARROLLADO .....	27
3.3.1. Financiamiento .....	27
3.3.2. Presupuesto .....	27
3.3.3. Beneficiarios.....	28

3.3.4. Recursos Humanos .....	28
3.3.5. Áreas Geográficas de Acción .....	29
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS .....	29
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	41
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN) .....	42
CONCLUSIONES .....	43
RECOMENDACIONES .....	44
GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	45
BIBLIOGRAFÍA.....	48
EGRAFÍA.....	49
ANEXOS.....	50
Modelo de la Encuesta .....	63
Vaciado de la Encuesta .....	70

## **RESUMEN**

### **NETSOLUTIONS**

#### **ESTRATEGIAS PARA ESTABLECER LA COMUNICACIÓN EXTERNA ENTRE LA EMPRESA NETSOLUTIONS Y SU CARTERA DE CLIENTES**

##### **Objetivos del Proyecto:**

- General: Realizar una estrategia de comunicación que ayude a la empresa Netsolutions en fortalecer la comunicación con sus clientes.
- Específicos:
  - Realización de una herramienta útil para el departamento de ventas, para la implementar con los clientes.
  - Apoyo en métodos para mantener la presencia de la empresa y sus marcas en la mente de los clientes.

##### **Sinopsis del proyecto:**

Implementación de un catálogo de servicios y productos, que servirá como una herramienta útil para llegar con los clientes de la empresa Netsolutions y dar a conocer los servicios y productos que ofrece. Así mismo con la realización de ofertas y boletines informativos se logra mantener presente la empresa ante los clientes.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto fue realizado en la empresa Netsolutions, para presentar un plan de comunicación que fuera un apoyo para la comunicación con externa con los clientes de la empresa.

Con el Diagnóstico se obtuvo información tanto de los vendedores de la empresa como de algunos de sus clientes para determinar algunas estrategias a realizar que logran tener un mayor acercamiento con los clientes existentes y darla a conocer ante nuevos clientes.

Al realizar las pruebas pude ver que además de cursos, capacitaciones y charlas, los clientes también están interesados en obtener información de una manera escrita y digital, para lo cual presenté en el plan de comunicación la realización de un catálogo en el cual su principal objetivo es dar a conocer los servicios que la empresa ofrece en una manera resumida para obtener una rápida atención de los clientes que lo reciban. También se muestran algunos productos y sus principales marcas.

Durante el tiempo de práctica también se realizaron boletines de información de algunos productos y sus marcas distribuidos por medio de mailing, y ofertas de productos para estar presentes en la mente de los clientes.

## JUSTIFICACIÓN

Se realiza el presente plan de comunicación luego de realizada unas encuestas tanto al personal de ventas de la empresa como a los clientes externos, y se realizan las propuestas de realizar la edición y distribución de un catálogo de productos que presente de una manera más extensa los servicios y productos que la empresa Netsolutions ofrece.

Esto es con el propósito de que los clientes que actualmente tiene la empresa puedan comprender lo que ofrece la empresa y conocer las otras líneas de productos que se manejan que pueden ser de su interés y beneficio.

Con el boletín informativo que se presentará por correo electrónico cada 15 días se busca hacer presencia tanto de la empresa como de las marcas, dándoles a conocer lo nuevo del mercado como en productos y equipos nuevos y el funcionamiento y rendimiento que estos tendrán en sus empresas y para sus proyectos.

El fin de presentar ofertas semanales es para que puedan conocer el producto y utilizarlo para generar la confianza en los clientes de los productos de calidad que la empresa ofrece.

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN**

### **1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

#### **1.1.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico comunicacional que permita encontrar las necesidades que el departamento de ventas tiene para poder generar herramientas estratégicas de comunicación que ayuden a obtener una mejor relación con los clientes.

#### **1.1.2. Objetivos Específicos**

Buscar mediante el diagnóstico cuales son las herramientas que permitirán transmitir de la manera correcta los mensajes hacia el cliente externo.

En base a las encuestas realizadas y a la observación realizar un análisis de las herramientas con las que actualmente se cuenta, y buscar mejoras y nuevas ideas para poder alcanzar al grupo objetivo.

Presentar un plan de comunicación para resolver los problemas encontrados en el presente diagnóstico.

### **1.2. LA INSTITUCIÓN**

#### **1.2.1. Ubicación Geográfica**

Guatemala – Calzada Atanasio Tzul 22-00 Complejo empresarial el Cortijo II bodega número 405, Zona 12 Guatemala, Ciudad.

Sucursales: El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panama, República Dominicana, Puerto Rico, Trinidad y Tobago.

Socios Estratégicos: Belice, Jamaica, Cuba, Curazao América del Sur: Colombia, Ecuador Perú, Argentina.

## **1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas**

### **Planta Interna/Externa:**

- Accesorios Unidades estratégicas de negocio para redes de cobre y fibra óptica
- Herrajes
- Cajas de distribución
- Gabinetes
- Selladores
- Pasivos HFC/CATV
- Cable de fibra óptica
- Ductos, cámaras, tapaderas, poliméricas
- Distribuidores ópticos, cierres, cajas.
- Fusionadoras

### **Líneas Activas:**

- Instrumentos de medición y monitoreo de redes
- Analizadores de protocolos, Drive test y benchmarking
- Sistemas para sincronía de redes TDM y NGN (IEEE 1588v2).
- Sistema de optimización de cobertura RF In-Building y Outdoor.
- Sistemas de transmisión GPON, FTTH, Media converters, ADSL, G.SHDSL y Radio Enlaces
- Switching y routing
- Soluciones especializadas IP como firewalls, balanceadores de carga, seguridad, aplicativos DNS

**Energía:**

- Supresores AC, DC y RF
- Respaldo y almacenamiento
- Energía renovable
- Media y alta tensión
- Gabinetes outdoor hechos a la medida

**Soluciones Corporativas:**

- Infraestructura de cobre y fibra para datacenters
- Soluciones de energía de baja tensión
- Equipo activo para redes y soluciones IP
- Video vigilancia
- Automatización

**Proyectos y servicios:**

- Diseño de redes de fibra óptica, cobre, HFC y cableado estructurado
- Construcción de sitios celulares
- Construcción de obra civil
- Planificación y auditoría de proyectos
- Instalación de equipos e implementación de redes de telecomunicaciones
- Equipos de energía

**Alianzas Estratégicas:**

La empresa cuenta con alianzas con proveedores pronúnciales, siendo la única en el mercado en la distribución de ciertas marcas que son claves para sus negocios.

### **1.2.3. Antecedentes o Historia**

NETSOLUTIONS, empresa fundada en el 2000 en la ciudad de Guatemala, con el objetivo de suministrar equipos de telecomunicaciones a las principales operadoras telefónicas del país.

El emprendimiento y visión del fundador, extendió sus operaciones en México, Centroamérica, Panamá y El Caribe, donde cuentan con infraestructura y personal altamente capacitado. Actualmente están en busca de nuevos mercados en América del Sur.

Así mismo han ido buscando la constante innovación y diversificación de la empresa, para proveer a sus clientes las soluciones correctas para cada uno de sus proyectos, por lo que actualmente son distribuidores y proveedores de equipos y servicios de energía, equipos activos y pasivos para la red de telecomunicaciones.

En NETSOLUTIONS saben que el buen funcionamiento de las redes de telecomunicaciones depende de los proveedores, pero también de su correcta implementación. Por lo que han creado una unidad de negocios enfocada a usuarios corporativos, que pudiera suplir las diferentes necesidades en sus Data Center, centros de control y monitoreo, aportándoles la mejor asesoría, buscando ser un aliado en sus diversos proyectos.

### **1.2.4. Departamentos o dependencias**

- Planta Interna/Externa
- Líneas Activas
- Energía
- Soluciones Corporativas
- Proyecto y O&M

### **1.2.5. Misión**

Ser la mejor empresa especializada en proveer soluciones y asesoramiento tecnológico, mediante la comercialización de sistemas, productos y servicios de alta calidad. Están impulsados por un equipo de profesionales con talento para obtener la satisfacción de sus clientes y socios comerciales.

### **1.2.6. Visión**

Ser líderes innovadores en el mercado Latino y Del Caribe, en la comercialización de líneas de productos, sistemas y servicios de alta calidad tecnológica. Generamos la mejor asesoría para sus clientes y buscan permanentemente la excelencia siendo dinámicos y productivos en sus asociaciones.

### **1.2.7. Objetivos Institucionales**

Realizar proyectos con un personal altamente calificado y con marcas de alta calidad, reconocida mundialmente.

Dar un servicio al cliente proveyendo soluciones a la media y de forma inmediata.

Tener excelentes relaciones comerciales, con los proveedores, clientes y competencia.

Mantener una solidez financiera.

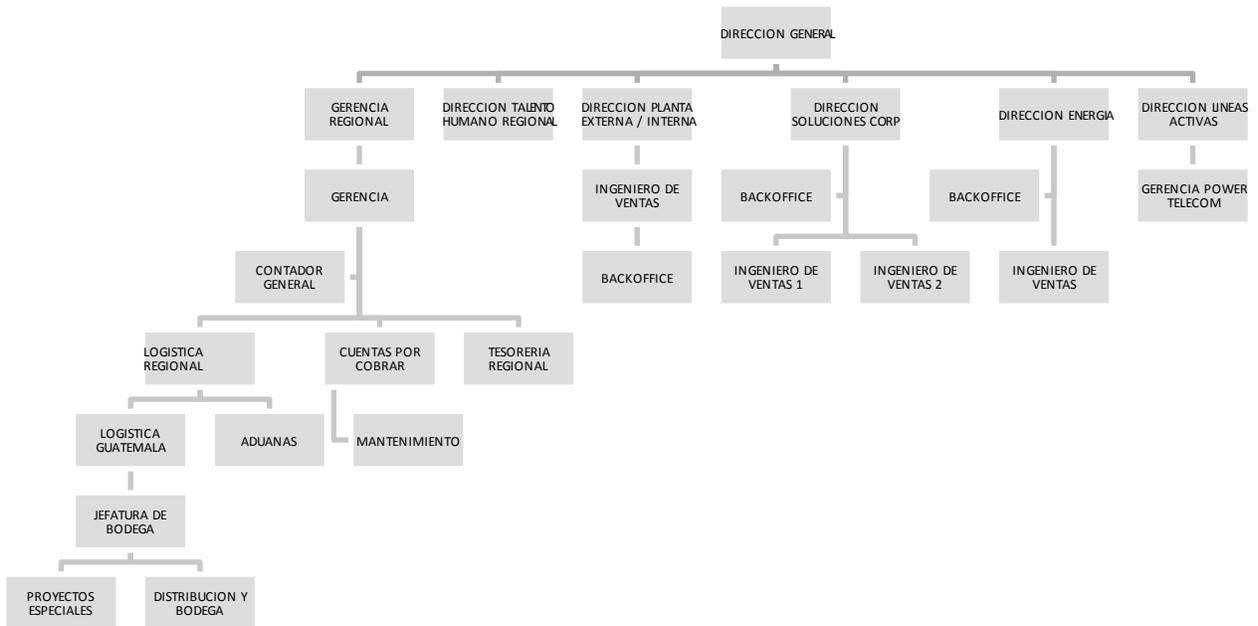
### **1.2.8. Público Objetivo**

Operadores de telecomunicaciones.

Clientes Corporativos

Integradores

## 1.2.9. Organigrama



## **1.3. METODOLOGÍA**

### **1.3.1. Descripción del Método**

El Método Científico fue utilizado para la comprobación de la hipótesis, partiendo de lo particular a lo general, por ser este el ideal para validar nuestra investigación.

Las técnicas utilizadas para obtener el resultado, fueron, realizar encuestas al personal de ventas de Soluciones en Conectividad que tiene relación directa e indirecta con los clientes y son quienes ven las necesidades que se tienen para comunicarse con los clientes, realizando un informe tabulado y representado en forma gráfica, del cual en su respectivo análisis nos aportaran las conclusiones y recomendaciones.

### **1.3.2. Técnicas e instrumento de Recolección**

#### **Método analítico:**

En este método se interpretan los datos obtenidos antes de la formulación de la hipótesis, por medio del cual se estudian las causas, por las cuales los mensajes no llegan de la manera que se desea, y la problemática que se tiene por la falta de herramientas adecuadas para dar a conocer la empresa.

#### **Método Estadístico:**

Permite determinar que la información adquirida por la técnica de encuestas, a través del método estadístico cuyo proceso de obtención, representación, simplificación, análisis e interpretación de las características o variables de nuestro estudio, nos brinden una mejor comprensión de la realidad contribuyendo a comprobar la hipótesis de que el hecho de que la empresa no alcance a más clientes ejecutivos es por la falta que se tiene de herramientas de comunicación que son necesarias.

**Método Sintético:**

Este método que comprende la comprensión de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades, permitió la obtención de las conclusiones y a través de los elementos distinguidos para el análisis producto de la investigación de campo.

**Técnica de Análisis:**

Para la interpretación de los datos obtenidos a través de las boletas de investigación, se procedió a realizar un proceso sistemático de tabulación de resultados segmentándolos en relativos y absolutos con la finalidad de comprobar la hipótesis.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

Febrero, 2016

#	ACTIVIDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
1	Informar acerca del trabajo de investigación.								X																				
2	Presentación de la problemática a Investigar.								X	X																			
3	Presentación de la encuesta a Administración.										X																		
4	Revisión de las Encuestas.											X	X			X	X	X											
5	Envío de la encuesta a ejecutivos de ventas.																			X									
6	Recolección de Datos de la empresa.																		X	X			X	X	X				
7	Recepción de encuestas.																						X	X	X				
8	Vaciado de las encuestas.																									X			
9	Realización de Gráficas y análisis de las encuestas.																									X	X		
10	Armado del Diagnóstico.																						X	X	X	X	X	X	X

## **1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS**

Los cuadros y gráficas que a continuación se presentan establecen la metodología a utilizar en el presente trabajo de investigación, se procedió a la realización de una encuesta, aplicado a los ejecutivos de ventas de Soluciones en Conectividad, S.A., quienes tienen la relación directa y conocen las necesidades de los clientes, y son quienes pueden darnos información de la percepción que se tiene de la empresa para poder buscar soluciones.

### **1.4.1. Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas**

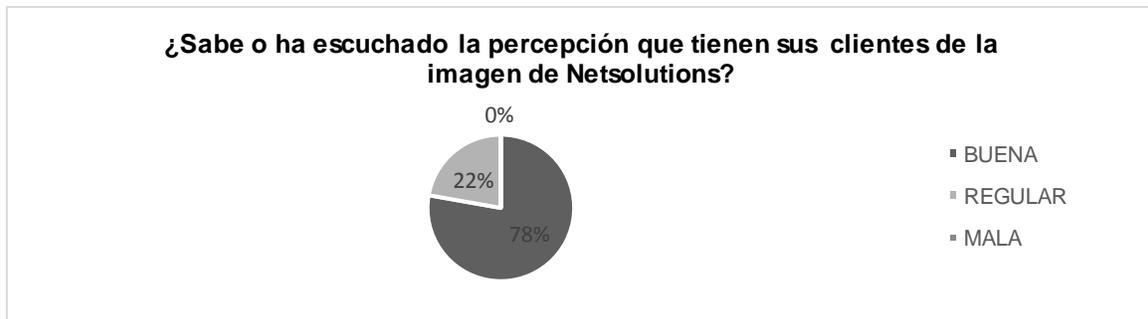
Se realizaron encuestas con los empleados del departamento de ventas de la empresa para poder obtener resultados y poder conocer las necesidades de sus clientes.

Para poder obtener los resultados se implementó la segmentación de Absoluto y relativo, se utilizaron preguntas de respuestas múltiples para poder darle a los encuestados la opción de poder tener más opciones en cuanto a la necesidad que se tiene y también se les dio el espacio para que pudieran expresarse y de esta manera conocer a fondo cuales son las inquietudes que tienen.

Antes de proceder con las encuestas se hicieron algunas consultas con el área administrativa para buscar el método a utilizar, que para ellos fuera convenientes debido a que por ser de ventas su trabajo es mas de estar fuera de la empresa, por lo que se realizó una encuesta por medio digital a sus correos y por medio de charlas informales para hacerles algunas preguntas por medio de Chats.

## Resultados primera encuesta.

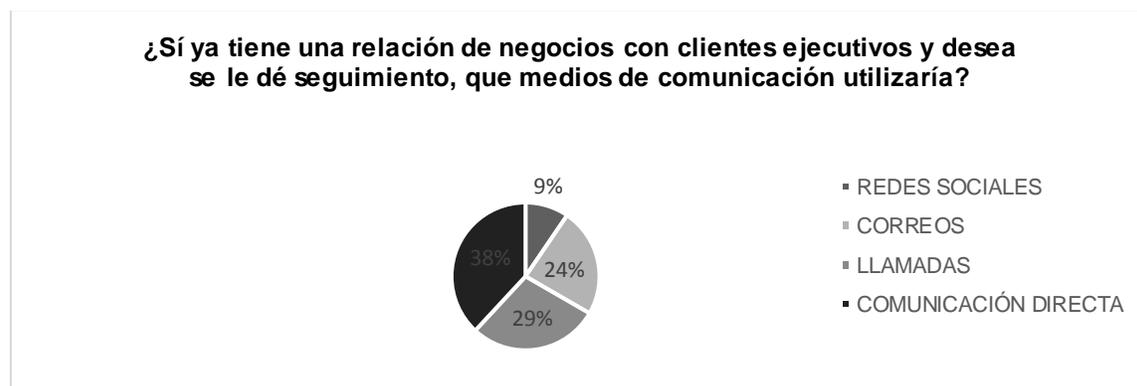
Gráfica 1



**Fuente Epe sista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicado a los trabajadores de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, febrero 2016.

Interpretación: En base a la pregunta planteada, el 78% de los trabajadores respondieron que la percepción que tiene es Buena, mientras que el 22% respondieron que es regular, y los comentarios que han recibido son satisfactorios.

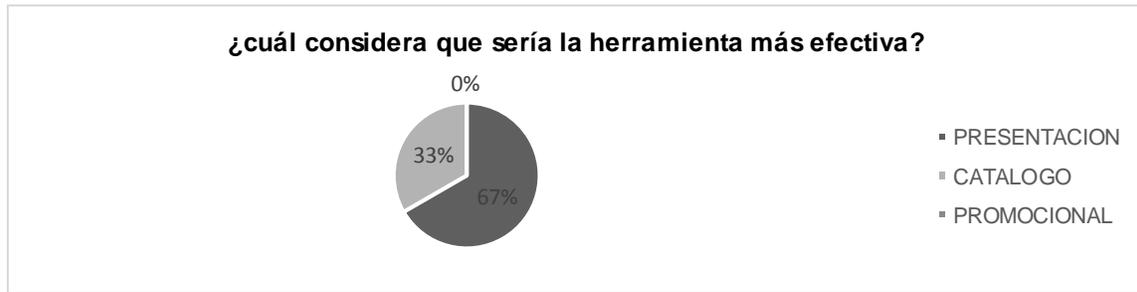
Gráfica 2



**Fuente Epe sista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicado a los trabajadores de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, febrero 2016.

Interpretación: Al realizar esta pregunta, un 38% del total de encuestados respondió Redes Sociales, de la misma cantidad de encuestados el 24% respondió Correos, 29% de los mismos también consideraron Llamadas y un 9% de las mismas 9 personas Comunicación Directa, por lo que se ve más favorable las Redes Sociales, siguiéndole el correo como medios para seguimiento para mantener la relación con sus clientes.

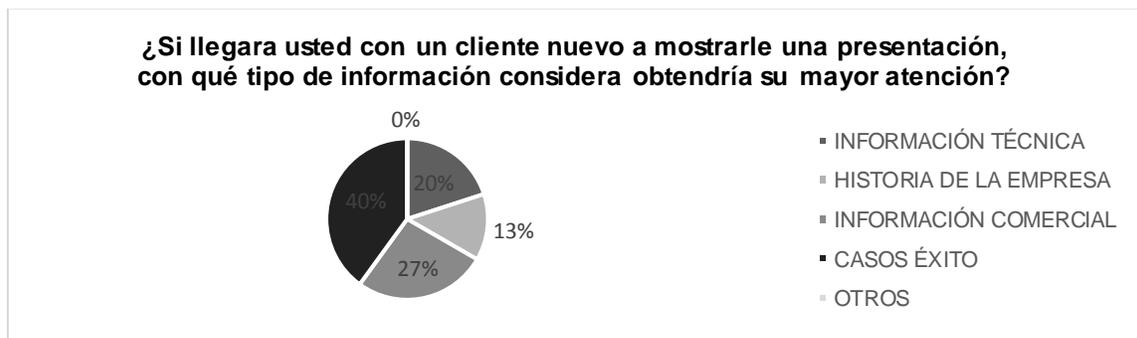
**Gráfica 3**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicadas a los trabajadores de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A., Guatemala, febrero 2016.

Interpretación: al preguntar plantear esta pregunta, cuando se presentan con un cliente nuevo, el 67% de los encuestados respondió que prefieren como medio para comunicarse una Presentación y 33% Catálogo, y ninguna persona consideró como herramienta funcional un Promocional, por lo que la presentación les da más pauta para mostrar a la empresa y sus productos y servicios.

**Gráfica 4**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicadas a los trabajadores de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A., Guatemala, febrero 2016.

Interpretación: de acuerdo con la pregunta planteada, consideran que es en rango de importancia, la más importante Casos de Éxito, que representó el 40% para captar la atención de un cliente nuevo, el 27% para Información Comercial, el 20% Información Técnica y un 13% Historia de la Empresa, teniendo menor importancia, por lo que dar a conocer sus logros les es más rentable al momento de contar nuevos clientes.

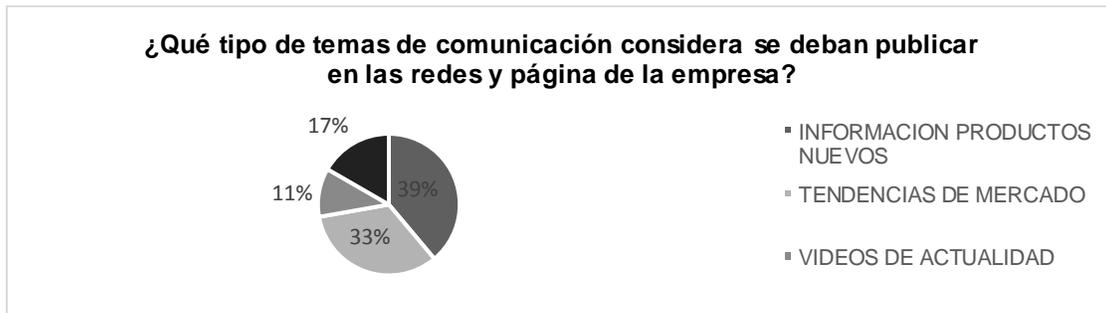
**Gráfica 5**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicadas a los trabajadores de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, febrero 2016.

Interpretación: de acuerdo a esta pregunta planteada, los encuestados consideraron como más importante utilizar como funcional Cursos / Charlas con un 41% y Página Web / Redes Sociales como segunda opción con un 35%, Desayunos / Almuerzos 18% y Videoconferencias 6% en un rango de importancia para poder ofrecer nuevos productos y difundir la imagen de la empresa ante nuevos clientes.

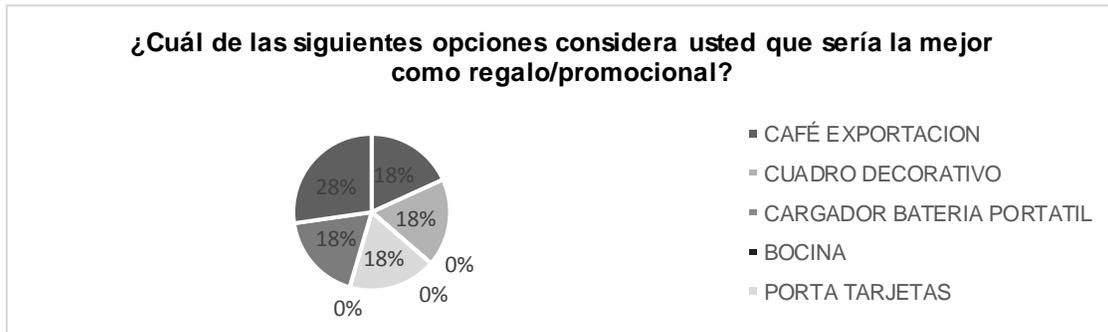
**Gráfica 6**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicadas a los trabajadores de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, febrero 2016.

Interpretación: al plantear la pregunta, considerando que se desea mantener la relación con los clientes y que conozcan mejor la empresa, en rango de importancia consideraron que Información de Nuevos Productos es la más importante con un 39%, y Tendencias Nuevas con un 33%, y menos importantes Newsletters con 17% y Videos de Actualidad con un 11%, por lo que se considera que a los clientes les interesan más los temas sobre productos nuevos, que sean de su interés y saber sobre Tendencias.

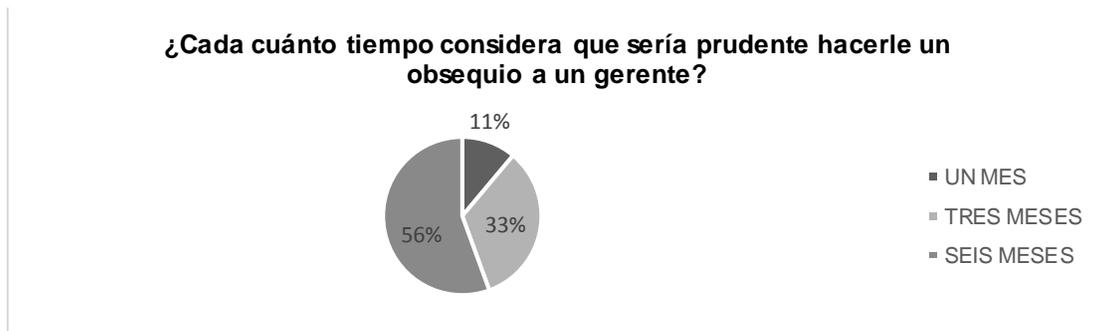
**Gráfica 7**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicadas a los trabajadores de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, febrero 2016.

Interpretación: de acuerdo a las siguientes opciones dadas y considerando que desea alcanzar a un alto nivel gerencial de una empresa, decidieron que Cuadros, porta tarjetas y sets de regalos eran las opciones más favorables para poder utilizar, dándoles un 18% de valoración y prefirieron en un 28% Otros, como laptops, Vales de regalo, viajes y saber cuáles son los gustos que tienen los clientes para llegar con estos.

**Gráfica 8**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicadas a los trabajadores de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, febrero 2016.

Interpretación: De acuerdo con la interrogante planteada un 56% respondió seis meses, un 33% respondió que tres meses y un 11% respondió que un mes. Por lo que se comprende que es por las políticas que tienen las empresas al no aceptar obsequios como una forma de acercamiento de un proveedor, pero que se considera que en un momento oportuno si es favorable para tener una buena relación.

## Comentarios pregunta 9

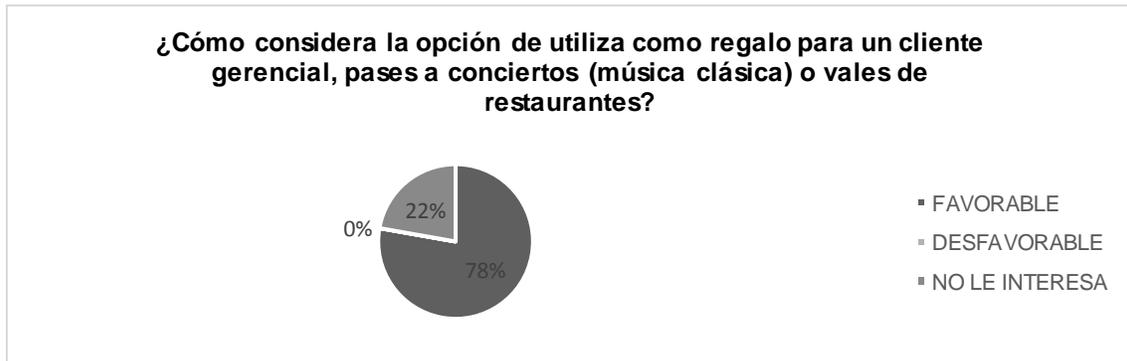
Llegar a un cliente ejecutivo cuando no se aceptan obsequios.

Esta pregunta se dejó abierta para obtener la opinión de los ejecutivos de ventas y poder obtener su perspectiva en cuanto a la pregunta, Considerando que la mayoría de las empresas no aceptan regalos, y usted desea llegar cliente ejecutivo ¿Qué herramienta considera útil para alcanzar una buena relación? A lo que respondieron que prefieren más tener una relación directa y hacerles invitaciones a comidas, pues por las políticas que manejan los clientes grandes de no permitir que los trabajadores acepten regalos ni promocionales, hacer amistades, inspirar confianza.

Los puntos clave que prefieren para llegar a clientes de niveles más altos que se recabaron con esta pregunta son:

- Confianza
- Amistad
- Comidas
- Visitas profesionales de tipo consultivos
- Buscarlo en las Redes
- Enfocarse en sus necesidades inmediatas

## Gráfica 10

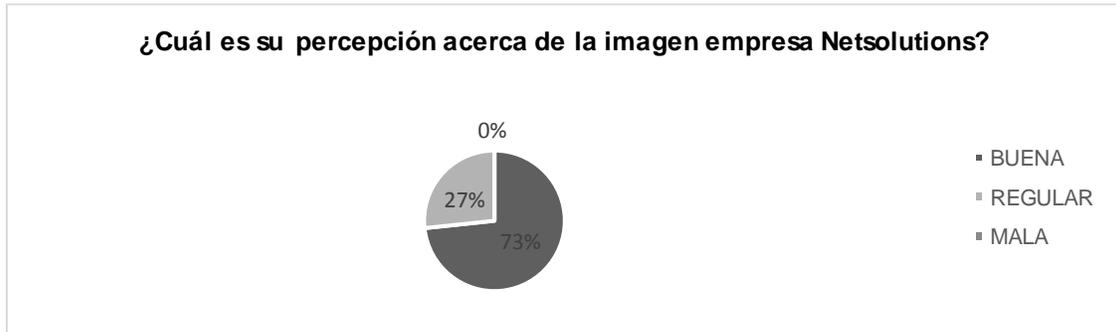


**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicadas a los trabajadores de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A., Guatemala, febrero 2016.

Interpretación: Los resultados para esta pregunta, el 78% de los encuestados indicaron que consideran Favorable dar este tipo de regalos para poder establecer una amistad con los clientes y mantener la relación y un 22% respondió que no le interesa, por el porcentaje obtenido podemos considerar como factible la opción de realizar este tipo de obsequios buscando siempre agradar a los clientes y compartir con ellos para no perder la relación que se pueda tener con ellos y buscar más clientes con los cuales establecer este tipo de relación.

## Resultados de segunda encuesta.

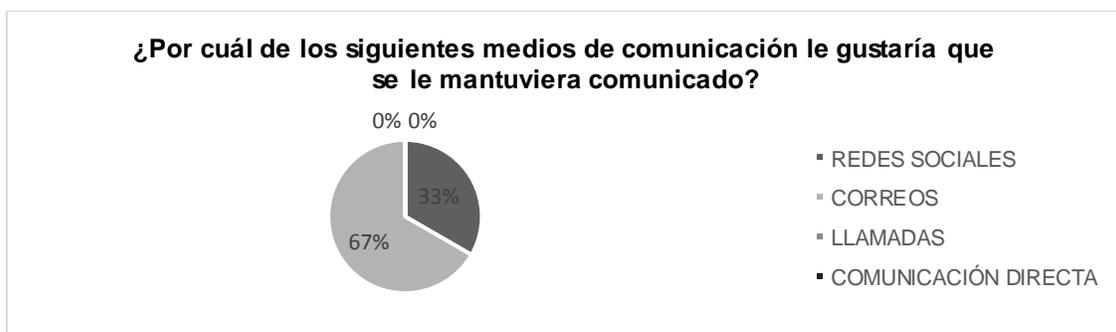
Gráfica 1



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicada a clientes de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, abril 2016.

Interpretación: En base a la pregunta planteada, el 73% de encuestados respondieron que la percepción que tiene es Buena, mientras que el 27% respondieron que es regular, considerando que tienen una buena relación con la empresa y los vendedores que les atienden.

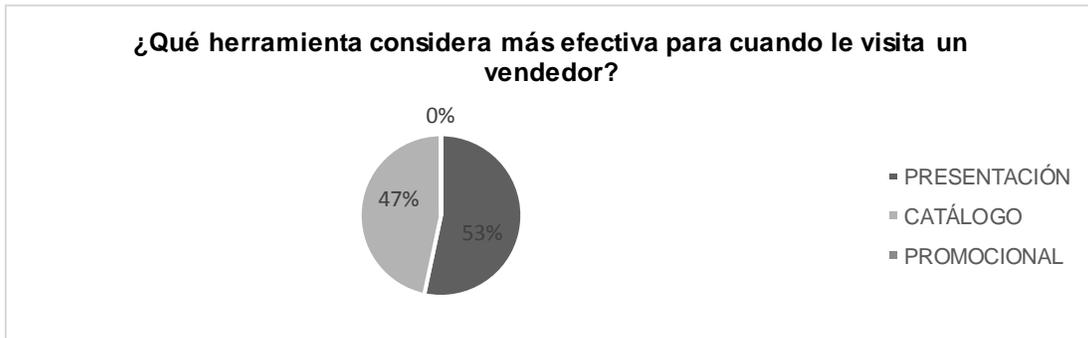
Gráfica 2



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicada a clientes de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, abril 2016.

Interpretación: Al realizar esta pregunta, un 67% de los encuestados respondió que prefieren la comunicación por medio de correo electrónico, y un 33% respondió redes sociales, por lo que la comunicación por medio de llamadas o comunicación directa no lo consideran necesario si no cuentan con una necesidad en el momento.

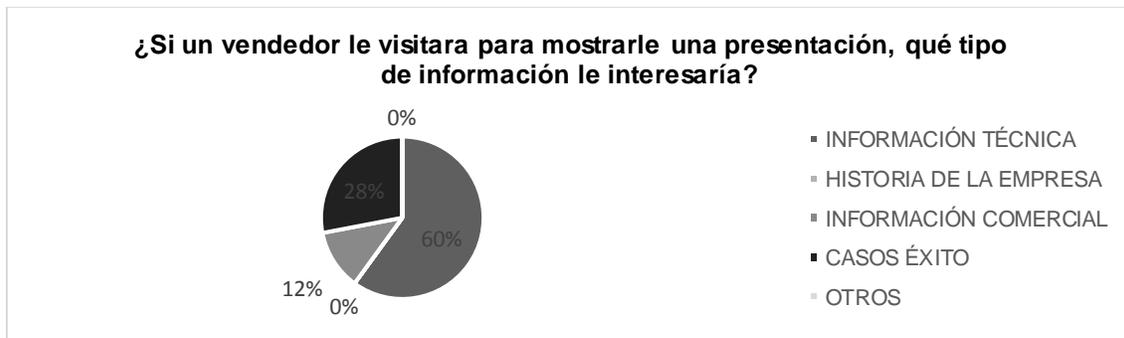
**Gráfica 3**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicada a clientes de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, abril 2016.

Interpretación: Al hacer esta pregunta, para conocer más acerca de la empresa, de sus productos y servicios, el 53% de los encuestados respondió que prefieren sé les muestre una presentación, y el 47% prefieren Catálogo, y no consideran importante un promocional, pues quieren conocer a detalle las soluciones que la empresa ofrece y en que otros proyectos pueden apoyarle.

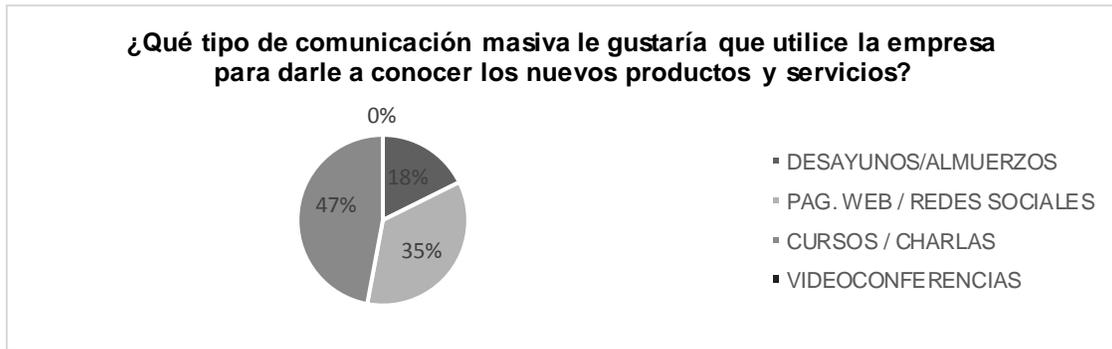
**Gráfica 4**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicada a clientes de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, abril 2016.

Interpretación: De acuerdo con la pregunta planteada, los clientes encuestados, consideran que es en rango de importancia, la más importante Información técnica, que represento el 60% pues desean saber el alcance y funcionamiento de equipos y soluciones que la empresa ofrece, el 28% para Casos de Éxito, y el 12% Información Comercial y 0% Historia de la Empresa, teniendo en cuenta que su mayor interés es conocer los productos que desean adquirir a profundidad.

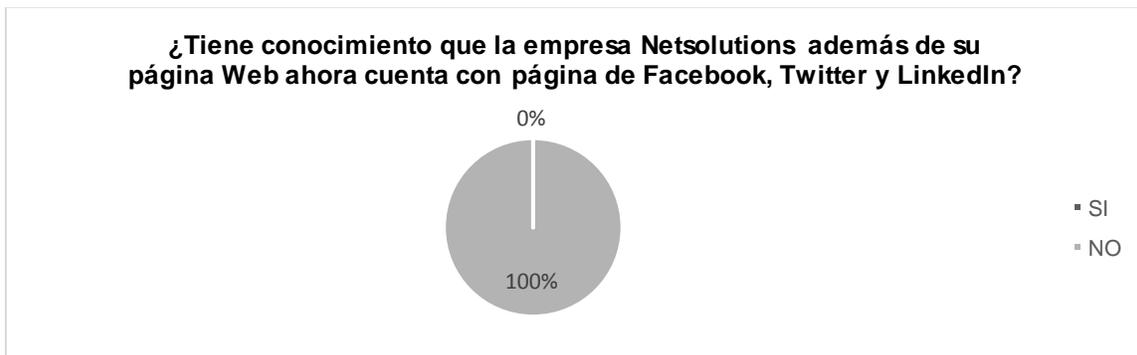
**Gráfica 5**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicada a clientes de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, abril 2016.

Interpretación: De acuerdo a esta pregunta, los encuestados consideraron como más importante utilizar como funcional Cursos / Charlas con un 47% pues pueden realizar las consultas y dudas que puedan tener y Página Web / Redes Sociales como segunda opción con un 35%, Desayunos / Almuerzos 18% y Videoconferencias 0% en un rango de importancia.

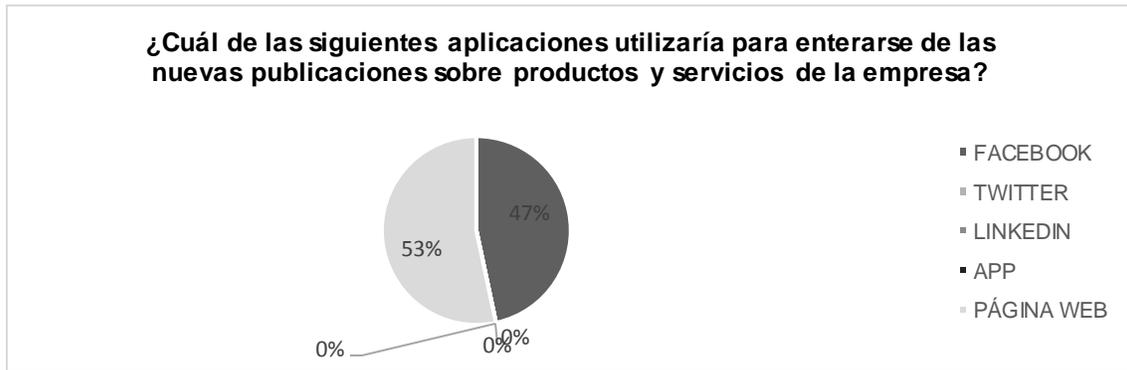
**Gráfica 6**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicada a clientes de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, abril 2016.

Interpretación: De acuerdo a esta pregunta, los encuestados respondieron que No tenían conocimiento del lanzamiento de las Redes sociales de la empresa, por lo que hace falta que se les comunique acerca de esta herramienta por algún medio masivo como lo es el correo electrónico o a través de comunicado durante una charla o curso que se imparta.

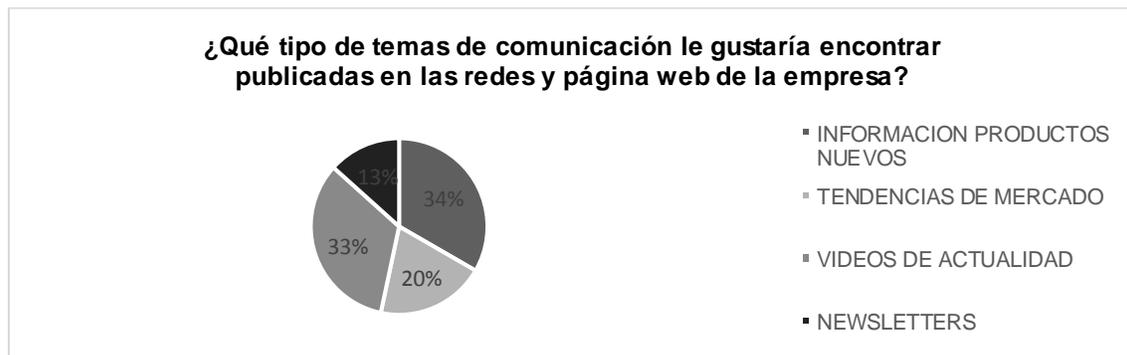
**Gráfica 7**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicada a clientes de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, abril 2016.

Interpretación: Al plantear esta pregunta, el 53% de los encuestados respondió que prefieren utilizar la página web, y el 47% respondió que utilizarían Facebook, dejando sin importancia las demás aplicaciones, pues los clientes consideran que por estas herramientas se puede dar a conocer mejor los productos y servicios.

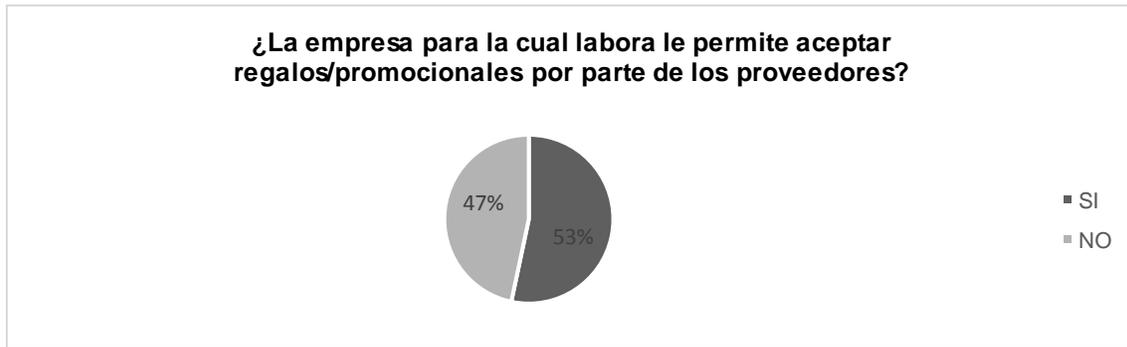
**Gráfica 8**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicada a clientes de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, abril 2016.

Interpretación: Al plantear esta pregunta, el 34% de los encuestados eligieron Información de productos nuevos, pues les interesa conocer los productos nuevos que hay en el mercado, un 33% respondió sobre telecomunicaciones siendo lo que más le interesa a la empresa para la que laboran, un 20% respondió Tendencias del Mercado, y solo un 2% Newsletters.

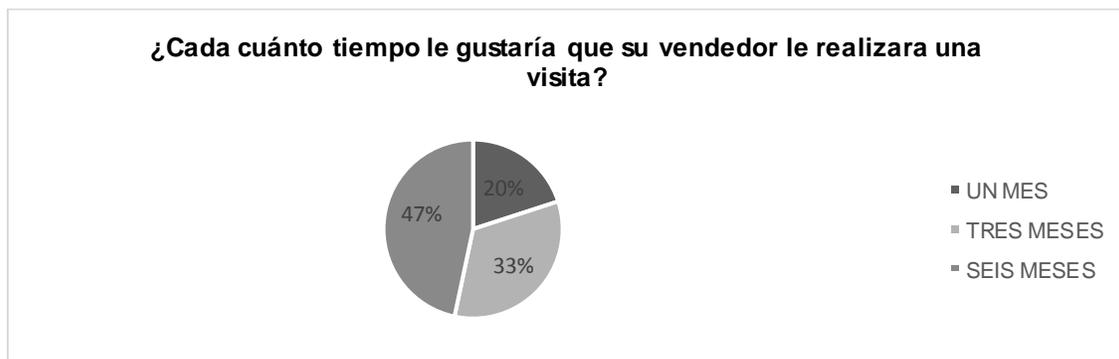
**Gráfica 9**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicada a clientes de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, abril 2016.

Interpretación: De acuerdo a la pregunta planteada, el 53% de los encuestados indicaron que, si les permiten aceptar regalos como parte de un promocional, el 47% indico que no le permiten aceptarlos o bien que no les interesa, pues prefieren que la relación sea únicamente de negocios.

**Gráfica 10**



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Investigación propia efectuada de acuerdo a las encuestas practicada a clientes de la empresa Soluciones en Conectividad, S.A, Guatemala, abril 2016.

Interpretación: De acuerdo con la interrogante planteada, El 47% de los encuestados prefieren que sea cada 6 meses, indicando que si les interesa únicamente cuando cuentan con demanda de proyectos a realizar, el 33% indico que cada 3 meses y el 20% si le interesa que sea cada mes o menos pues las empresas en las que laboran tienen constantes proyectos.

## **1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN**

### **1.5.1. Fortalezas**

- La empresa Soluciones en Conectividad, S.A. cuenta con un sitio de Web propio.
- Es una empresa sólida y dispuesta al cambio.
- Posicionada a nivel centroamericano.
- Excelentes relaciones comerciales.
- Capacitación constante a personal de ventas en temas de comunicación efectiva, atención al cliente, liderazgo.

### **1.5.2. Oportunidades**

- Implementación de redes sociales, Facebook, Tweeter, LinkedIn.
- Realizar publicaciones de tendencias nuevas.
- Oportunidad para realizar capacitaciones (cursos y charlas).
- Casos de éxito de la empresa para publicar en la página Web y Redes Sociales.

### **1.5.3. Debilidades**

- La información publicada en la página Web es muy técnica y poco comercial.
- Presentaciones muy extensas.
- No existe un catálogo de productos de la empresa.
- Falta de conocimiento de parte de cliente de la existencia de Redes sociales.

### **1.5.4. Amenazas**

- Un mercado de constante innovación.
- Productos que se vuelven obsoletos a mediano plazo.
- Perdida de interés de parte de los clientes al no encontrar la información necesaria.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN COMUNICACIONAL “ESTRATEGIAS PARA ESTABLECER LA COMUNICACIÓN EXTERNA ENTRE LA EMPRESA NETSOLUTIONS Y SU CARTERA DE CLIENTES”**

#### **2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES**

Soluciones en Conectividad (NETSOLUTIONS), es una empresa fundada en el 2000 en la ciudad de Guatemala, con el objetivo de suministrar equipos de telecomunicaciones a las principales operadoras telefónicas del país.

El emprendimiento y visión del fundador, extendió sus operaciones en México, Centroamérica, Panamá y El Caribe, donde cuentan con infraestructura y personal altamente capacitado. Actualmente están en busca de nuevos mercados en América del Sur.

Así mismo han ido buscando la constante innovación y diversificación de la empresa, para proveer a sus clientes las soluciones correctas para cada uno de sus proyectos, por lo que actualmente son distribuidores y proveedores de equipos y servicios de energía, equipos activos y pasivos para la red de telecomunicaciones.

En NETSOLUITONS saben que el buen funcionamiento de las redes de telecomunicaciones depende de los proveedores, pero también de su correcta implementación. Por lo que han creado una unidad de negocios enfocada a usuarios corporativos, que pudiera suplir las diferentes necesidades en sus Data Center, centros de control y monitoreo, aportándoles la mejor asesoría, buscando ser un aliado en sus diversos proyectos.

Actualmente la empresa cuenta con página web a la cual no le han sacado todo su potencial, desde enero del presente año cuenta con página de Facebook, twitter y LinkedIn, de las cuales los clientes aun no tienen conocimiento lo que hace que la comunicación sea muy limitada y el trabajo de dar a conocer a la empresa queda sobre la responsabilidad del vendedor únicamente.

La empresa no cuenta con algún catálogo de sus productos y servicios lo cual limita a que los clientes conozcan las soluciones que se le pueden ofrecer además de las que requieren de momento, debido a que el área de ventas está dividida en unidades de negocios y no les alcanza el tiempo para dar a conocer lo que ofrecen las demás áreas.

Por tal razón es muy importante implementar herramientas de comunicación que le permitan a la empresa darse a conocer sin recargar al área de ventas y mostrarles a los clientes que se les puede apoyar en varias áreas de su empresa y que se venden diversos equipos.

## **2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

### **2.2.1. Objetivo General**

Fortalecer la comunicación hacia el cliente externo generando herramientas estratégicas de comunicación, que permitan mantener a los clientes actualizados referentes a los productos y servicios de la empresa Netsolutions.

### **2.2.2. Objetivos Específicos**

Fortalecer el posicionamiento de las marcas, productos y servicios de la empresa en la mente de sus clientes.

Establecer un medio más efectivo para comunicar sobre ofertas y hacer presencia de la empresa ante los clientes.

Conseguir una mejor forma de mantener informados a los clientes de las actualizaciones constantes que la empresa tiene, de sus servicios y productos.

### **2.3. PÚBLICO OBJETIVO**

Operadores de telecomunicaciones: Clientes que realizan proyectos constantes por la alta demanda de su mercado que va a público de todas las edades y se mantienen en constante innovación y expansión en el mercado, que buscan tener una red actualizada y de las mejores marcas del mercado.

Clientes Corporativos: Empresas ejecutivas que desean mantener actualizada su red dentro de la empresa y tener un mejor control y tecnología de alta calidad y con un buen funcionamiento.

Integradores: Medianas empresas que realizan trabajos de telecomunicaciones que buscan marcas específicas y de alta calidad para la realización de sus proyectos.

Contratistas: Pequeñas empresas que prestan sus servicios de mano de obra que tienen un personal calificado en la instalación de redes y equipos activos.

### **2.4. MENSAJE**

Mejora la comunicación entre el vendedor y cliente. Utiliza herramientas eficientes para brindar información de los productos y servicios de forma clara y rápida.

## **2.5. ESTRATEGIAS**

- Elaboración de Boletines informativos electrónicos.
- Creación de ofertas electrónicas de productos.
- Elaboración de un catálogo de servicios y productos enfocado en las principales marcas.

## **2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN**

- Se realizarán boletines informativos conteniendo información sobre nuevos productos, dando información técnica sobre sus alcances y dando a conocer los productos y servicios que la empresa ofrece, estos difundidos por medio de correos electrónicos a través de “Mailchimp” con enlaces que los direccionen a las páginas de redes sociales y a la página Web.
- Realización de afiches digitales de ofertas con la información más comercial para rápida atención de los clientes, para ser publicados en las Redes sociales y distribuido a través de correo electrónico a través de “Mailchimp”.
- Realizar un catálogo de productos enfocado en las principales marcas y producto de mayor demanda en el mercado, que sirva como una herramienta de soporte para el vendedor, el cual estará disponible en formato digital en la página Web y se informará de su existencia a través de “Mailchimp” a los clientes y también se imprimirán algunos ejemplares del mismo.

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO: “ESTRATEGIAS PARA ESTABLECER LA COMUNICACIÓN EXTERNA ENTRE LA EMPRESA NETSOLUTIONS Y SU CARTERA DE CLIENTES”

##### 3.1.1. Financiamiento

La parte de la diagramación tanto del catálogo como de los boletines y ofertas, fueron por parte del epesista, y la impresión del catálogo que queda como muestra para la impresión de las 3,000 copias, las cuales están en proceso de aprobación de presupuesto que será absorbido por la empresa Netsolutions.

##### 3.1.2. Presupuesto

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total	Financiamiento
1	Servicio de edición de portada de catálogo de productos.	Q200.00	Q200.00	Epesista
1	Servicio de edición de contraportada de catálogo de productos.	Q200.00	Q200.00	Epesista
30	Servicio de edición de página de productos en tamaño carta.	Q125.00	Q3,750.00	Epesista
5	Servicio de edición de boletín	Q100.00	Q500.00	Epesista
6	Servicio de diseño digital de ofertas de productos	Q100.00	Q600.00	Epesista
1	Asesoría comunicacional por Epesista	Q5,000.00	Q5,000.00	Epesista
1	Impresión de catálogo en tamaño carta full color, tiro y retiro.	Q112.00	Q112.00	Epesista
	<b>TOTAL</b>		<b>Q10,362.00</b>	<b>Epesista</b>
3,000	Impresión de catálogo, en tamaño carta full color, tiro y retiro. (pendiente de impresión)	Q7.33	Q21,980.00	<b>Netsolutions (pendiente aprobación)</b>
	Total estimado		<b>Q32,342.00</b>	

### 3.1.3. Beneficiarios

Los boletines y ofertas benefician a los clientes de la empresa Netsolutions, y el catálogo es beneficio tanto para los vendedores quienes lo utilizarán como parte de su presentación ante los clientes y para los clientes quienes conocerán más sobre los servicios de la empresa.

### 3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Puesto	Actividad
<b>Claudia Higueros</b>	Responsable de Mercadeo	Revisión, aportación de información escrita e imágenes para el catálogo, boletines y ofertas. Colaboración en proponer empresas para la impresión de los catálogos. Apoyo en organizar las fechas para el envío de ofertas y boletines.
<b>Gabriela Ozaeta</b>	Responsable Administrativo	Aceptación de la estrategia a trabajar y revisión de las actividades realizadas.
<b>Solimar Cardenas</b>	Ingeniera de Ventas	Revisión del catálogo de la parte de energía y aporte de imágenes.
<b>Fernando Haeussler</b>	Director Regional de Ventas	Revisión del catálogo de la parte de Soluciones Corporativas y Líneas Activas.
<b>Leonel Mendez</b>	Director Regional de Ventas	Revisión del catálogo de la parte de Planta Interna y Externa y aporte de imágenes. Colaboración con elegir productos para ofertar.
<b>Alhelí Suchini</b>	Directora Regional	Revisión del catálogo de la parte de Proyectos y de Servicios O&M.

### **3.1.5. Áreas Geográficas de Acción**

Instalaciones de Netsolutions (Calz. Atanasio Tzul 22-00, Zona 12 Centro Empresarial El Cortijo II, No. 405).

## **3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES DESARROLLADAS**

Realización de boletines informativos, los cuales fueron distribuidos a la cartera de clientes por medio de Mailchimp que se seguirá realizando cada 15 días con las diferentes áreas de ventas, con información de algunos productos nuevos y soportes de algunas marcas.

Elaboración de ofertas de productos en las cuales se estuvo ofertando algunos productos de mayor volumen y seguirá realizándose para no dejar de tener presencia de la empresa ante los clientes.

Se realizó la diagramación de un catálogo de servicios y productos conformado por las seis áreas que maneja la empresa Netsolutions, el cual consta de 30 páginas interior, su portada y contraportada, el cual se deja una muestra como dommy para su posterior impresión de aproximadamente 3,000 ejemplares a la espera de la aprobación del presupuesto que será absorbido por la empresa y luego será distribuido por sus vendedores en Guatemala y Centroamérica en sus demás cedes, para el cual se tiene estimado tenerlo impreso a finales del 2016 para su distribución en enero 2017.

## **ELABORACIÓN DE BOLETINES INFORMATIVOS**

Se realizó la elaboración de boletines digitales, conteniendo información de algunos productos y marcas que maneja la empresa para dar a conocer su funcionamiento con información técnica e imágenes de los mismos y se contempla seguir realizando la elaboración de dichos boletines para tener actualizados a los clientes.

**Objetivo comunicacional:**

Dar a conocer a los clientes que Netsolutions es distribuidor de algunas marcas de productos y que también cuenta con el servicio de instalación de los mismos, tanto como dar a conocer que ahora la empresa cuenta con página web y redes sociales en las cuales pueden enterarse de otras novedades que pueden ser de su interés.

**Descripción:**

Boletines informativos presentando la marca Raycap y Sumitomo como principales marcas de la empresa, mostrando productos y funcionamiento de los mismos.

**Acciones desarrolladas:**

- a) Boletín Sumitomo, presentando la Fusionadora Q100 CA+ para dar a conocer cuáles son sus características e indicar que Netsolutions es distribuidor de esta marca en Guatemala.
- b) Boletín Humbral, presentando el tipo de herrajes que podemos ofrecerles y que Netsolutions es distribuidor autorizado para vender Herrajes de esta marca.
- c) Boletín Humbral en Sistemas integrales para sujeción de cables aéreos, información sobre la empresa Humbral y sus productos siempre enfocados en la distribución de herrajes.
- d) Boletín Sumitomo, sobre tendencias, con nuevo producto Cleaver de fibra, con descripción de su funcionamiento.
- e) Boletín Raycap, dando a conocer que Netsolutions es distribuidor de esta marca y se ofrecen Supresores de Picos y Rayvoss.



### Sabías que ...

**NETSOLUTIONS**, es representante para Centro América de Sumitomo Electric, y posee centro de servicio en toda la región, con productos como **Fusionadora Q101 CA +**

- Esta fusionadora es la más rápida en fusión en el Mercado (6 Segundos).
- Efectúa fusiones de núcleo.
- Posee doble horno.
- Batería hecha de Lithium Ion Battery.
- Recargable con un peso de 0,8 lbs (200 fusiones y quemados).
- Posee su kit completo (Holders, Cleavers, cortadora).
- Posee Garantía de Fabrica.



Optical Data Link



Thunderbolt

#### Contactar Ahora

Sumitomo tiene disponible diferentes productos que pueden ser de tu interés y en **NETSOLUTIONS** te podemos asesorar y apoyar con tu necesidad.

Éscribenos y gustosamente estaremos atendiéndote y dando asesoría para que encuentres lo que necesitas en:

<http://www.netsolutions.com.gt/>





## NETSOLUTIONS DISTRIBUIDOR DE RAYCAP

**R**aycap proporciona una gama completa de SPD que evita daños irreparables y garantiza un servicio continuo (24/7) en infraestructuras críticas. Con sus líneas Strikesorb, Rayvoss y ACData, aporta protección de AC, DC y señal en prácticamente cualquier entorno de aplicación.

las líneas que ofrece Raycap, teniendo siempre el respaldo de fábrica pensando en nuestros clientes para ofrecerles las mejores soluciones de acuerdo a las necesidades que puedan tener.

Contamos con servicio de ingeniería, suministro e instalación de los productos.

En Netsolutions contamos con productos de

## SUPRESORES DE PICOS DE VOLTAJE



Los picos de voltaje son impulsos eléctricos de gran magnitud y muy corta duración. Producidos naturalmente por rayos, cortocircuitos, otros equipos etc. Para ello existen protecciones que evitan que estos impulsos o picos lleguen hasta las cargas sensibles.

## RAYVOSS



Boletín informativo enviado 28 de julio 2016 a la cartera de clientes de NETSOLUTIONS.

## **ELABORACIÓN DE OFERTAS**

Se realizaron ofertas de ventas digitales, las cuales fueron enviadas a los clientes integradores de la empresa Netsolutions y se seguirán realizando ofertas con los productos de mayor volumen.

### **Objetivo comunicacional:**

Dar a conocer a los clientes que Netsolutions es distribuidor de algunas marcas de productos y que también cuenta con el servicio de instalación de los mismos, tanto como dar a conocer que ahora la empresa cuenta con página web y redes sociales en las cuales pueden enterarse de otras novedades que pueden ser de su interés.

### **Descripción:**

Boletines informativos presentando la marca Raycap y Sumitomo como principales marcas de la empresa, mostrando productos y funcionamiento de los mismos.

### **Acciones desarrolladas:**

- a) Elaboración de boletín digital de oferta de cable UTP categoría 6 y 5E.
- b) Oferta de patchcords de fibra óptica.
- c) Recordatorio de oferta de cable UTP categoría 6 y 5E.
- d) Recordatorio de oferta de patchcords de fibra óptica.
- e) Oferta de patchcords y pigtils de fibra óptica.
- f) Oferta de cable UTP y patchpaneles de 48 puertos categoría 6A.

COMMSCOPE®



Valido durante el mes de mayo y junio 2016.



## OFERTA ESPECIAL!

Cable UTP categorías 6 y 5E 24 AWG para interior en color gris, exceden los requerimientos TIA/EIA-568-B.2-1 e ISO / IEC 11801 Clase E.

Además cumplen con todos los requisitos de rendimiento para aplicaciones actuales y propuestos, tales como Gigabit Ethernet (1000BASE-TX), 10/100BASE-TX, Token Ring, ATM 155 Mbps, 100 Mbps TTPMD, Video ISDN, analógico y digital y analógica y digital de voz (VoIP).



COMPRAR AHORA



Oferta cable UTP enviada el 24 de mayo 2016 a la cartera de clientes de NETSOLUTIONS.

# OFERTAS ESPECIALES



## PATCHCORD LC/UPC - SC/APC A UN SUPER PRECIO



### PATCHCORD LC/UPC - SC/APC DUPLEX 16MM SM G657

3 METROS	Q.60.76
6 METROS	q.77.23
10 METROS	Q.99.26
15 METROS	Q.126.75



### PATCHCORD LC/UPC - SC/APC SIMPLEX 16MM SM G657

1.5 METROS	Q.27.82
6 METROS	Q.47.96
10 METROS	Q.49.74
15 METROS	Q.63.32
20 METROS	Q.78.57

[WWW.NETSOLUTIONS.COM.GT](http://WWW.NETSOLUTIONS.COM.GT)

Oferta de patchcords de fibra enviada el 31 de mayo 2016 a la cartera de clientes de NETSOLUTIONS

COMMSCOPE®



**CableUTP Categoría 5E Q.668.62**

**CableUTP Categoría 6 Q.799.00**



Oferta cable UTP enviada el 14 de junio 2016 a la cartera de clientes de NETSOLUTIONS

## **DIAGRAMACIÓN DE CATÁLOGO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS**

Se realizó la diagramación de un catálogo de servicios y productos de la empresa Netsolutions de las diferentes áreas, el cual será impreso y distribuido a sus clientes.

### **Objetivo comunicacional:**

Crear una herramienta útil para los vendedores de la empresa para cuando se presentan ante sus clientes, en la cual se concentraron las principales marcas y detalle de los servicios que ofrece, y que los clientes conozcan sobre otras soluciones que se les puede ofrecer.

### **Descripción:**

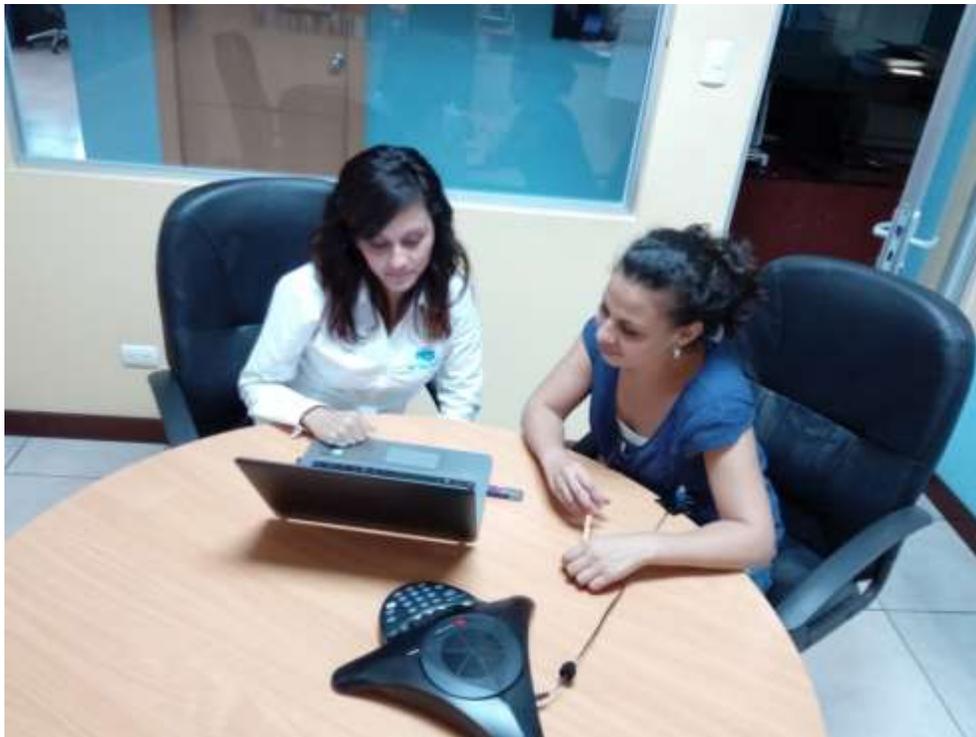
Un catálogo de servicios y productos de la empresa Netsolutions el cual contiene 28 páginas interiores y su portada y contraportada, divididos entre sus diferentes áreas (Soluciones Corporativas, Energía, Líneas Activas, Planta Interna y Externa, Proyectos y Mantenimientos O&M), en el cual se incluyeron las principales marcas.

### **Acciones desarrolladas:**

Diagramación de catálogo de servicios y productos de la Empresa Netsolutions, conformado en 5 secciones, el cual se le presento al departamento de ventas, quedo aprobado por Gerencia y Administración con el apoyo de Mercadeo para su impresión, a la espera de asignación de presupuesto para la impresión de aproximadamente 3,000 ejemplares, el cual se entregará a los vendedores para que les sea útil para presentarse ante sus clientes, y se distribuirá en Guatemala y Centroamérica.



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Revisión de diagramación de catálogo de productos y servicios con Claudia Higueros Responsable de Mercadeo.



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Revisión de diagramación de catálogo de productos y servicios con Claudia Higueros Responsable de Mercadeo en sala de reuniones Netsolutions.



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Muestra del catálogo impreso, en presentación con la Inga. Solimar Cardenas del departamento de Energía en sala de reuniones de Netsolutions.



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Entrega del catálogo final con Gabriela Ozaeta quien es Responsable Administrativo y jefe inmediato del EPS, junto con Claudia Higuieros Responsable de Mercadeo en sala de reuniones de Netsolutions.

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

#	ACTIVIDAD	FECHA DE ACCION
1	Presentación del plan de comunicación a realizar	5 de mayo
2	Proceso de diagramación de catálogo de productos	del 16 de mayo al 31 de agosto
3	Proceso de edición de boletines	del 5 al de mayo al 30 de julio
4	Publicación de boletines	del 18 de mayo al 04 de agosto (conforme calendario de mercadeo)
5	Edición de afiche de ofertas	Del 9 de mayo al 15 de junio
6	Publicación de ofertas digitales	Del 24 de mayo al 29 de junio (se distribuyó conforme calendario de mercadeo)
7	Diagramación del catálogo	del 15 de mayo al 15 de julio
8	Primera revisión de catalogo	16 de junio
9	Segunda revisión de catálogo	30 de junio
10	Tercera revisión de catálogo	6 de julio
11	Cuarta revisión de catálogo	25 de julio
12	Presentación del catálogo y aprobación	26 de julio
13	Presentación del catálogo en Dommy a ventas y administración	27 de julio
14	Cotizaciones para impresión del catálogo	9 y 10 de agosto

### 3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO (EVALUACIÓN)

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS (PARTICIPACIÓN)	INDICADORES CUALITATIVOS (COMENTARIOS U OPINIONES)
<p>Estrategia: Tener presencia de las redes sociales ante los clientes.</p> <p>Objetivo: Elaboración y distribución de boletines informativos, sobre tendencias, nuevos productos y presencia de marcas y redes sociales.</p>	<p>De las 650 personas que conforman la cartera de clientes de Netsolutions, a quienes se les hizo llegar los boletines informativos alrededor de 400 personas leyeron los boletines, un 30% de las personas ingresaron a la página web y redes sociales, siendo la más visitada FB y la página Web.</p>	<p>Los boletines una herramienta útil que mantiene a la empresa Netsolutions en la mente de sus clientes. Ejecutivo de Ventas división Planta Interna y Externa.</p> <p>Presentar la principal marca Raycap es una buena estrategia para los clientes. Ejecutiva de Ventas Energía.</p>
<p>Estrategia: Obtener presencia de la empresa Netsolutions en la mente de los clientes</p> <p>Objetivo: Elaboración y distribución de boletines informativos, sobre tendencias, nuevos productos y presencia de marcas y redes sociales.</p>	<p>De los 180 clientes integradores de Netsolutions a quienes se les hizo llegar las ofertas de productos, el 80% de las personas leyó las ofertas, se obtuvieron llamadas y solicitudes a cotizar y se lograron algunas ventas en un 20% del total.</p>	<p>Las ofertas han funcionado muy bien y se han obtenido respuestas inmediatas a solicitud de cotización con clientes nuevos. Soluciones Corporativas.</p>
<p>Estrategia: Crear un instrumento que abarcara todas las áreas de la empresa Netsolutions que sea útil y practica para los clientes.</p> <p>Objetivo: Diagramación y presentación de un catálogo de servicios y productos para ser utilizado como una herramienta útil para los vendedores y lograr llegar a los clientes con más soluciones, siempre buscando tener presencia de la empresa y de sus marcas.</p>	<p>El catálogo fue revisado por los Directores de ventas quienes dieron su aporte en cuanto a imágenes y textos y dieron su aprobación según el departamento de ventas al que pertenecen. Se obtuvo apoyo de parte de Mercadeo y Administración con la revisión de algunas directrices del catálogo en cuanto a imagen corporativa de la empresa para llevar las mismas normas que se tienen.</p> <p>Se tiene arte final para ser distribuido posteriormente, tanto en el país como en la región de Centroamérica en sus demás sucursales.</p>	<p>“Es una muy buena presentación en cuanto a la portada del catálogo que se ve formal y muy innovadora, la cual se desea utilizar como portada en las presentaciones de sus ofertas” Solimar Cardenas del departamento de energía.</p> <p>Una herramienta muy útil para llegar con los clientes y tener una información resumida y clara en un solo documento. Ejecutivo de ventas del departamento de Soluciones Corporativas.</p> <p>Diseño de la presentación muy bien elaborado el cual ya se está utilizando en la presentación power point que utilizan los vendedores para sus presentaciones con sus clientes. Claudia Higueros</p>

## CONCLUSIONES

A través de la investigación realizada y de las encuestas presentadas hacia los clientes se obtuvo información valiosa para determinar que herramientas plantear y llevar a la acción para lograr buenos resultados en cuanto a la comunicación externa.

Un gran porcentaje de los clientes desconocían que contábamos con varias áreas de servicios, no tenían conocimiento de la página web y tampoco tenían conocimiento de que la empresa Netsolutions tiene ciertos productos que utilizan.

La difusión de comunicar que se cuenta con redes sociales mediante el plan de comunicación servirá para que los clientes puedan informarse de una manera más amplia, donde podrán obtener información relevante, nuevas tendencias y conocer sobre productos nuevos y saber que la empresa es distribuidora de algunas marcas reconocidas.

Por medio de los boletines y ofertas digitales se podrá seguir con la comunicación e interacción con los clientes de Netsolutions, haciendo presencia de la empresa y de sus marcas.

Se deja un catálogo diagramado en su arte final de servicios y productos y principales marcas, el cual se estará imprimiendo y siendo distribuido a la cartera de clientes con la que cuenta la empresa, el cual se desea utilizar como herramienta de presentación ante una visita y poder tener una presencia de marca con los clientes y a su vez que puedan tener la información más a la mano y que será de fácil lectura para aquellos clientes que cuentan con tiempo muy limitado.

## RECOMENDACIONES

Mantener la comunicación por medio de mailing con la cartera de clientes tocando temas de innovación, de nuevos productos y tendencias del mercado sin descuidar las actualizaciones que van surgiendo en el tema de telecomunicaciones.

Lograr la distribución del catálogo con los clientes para que puedan tener esta herramienta a la mano y tengan presente a Netsolutions para que cuando tengan un proyecto sea la primera empresa en la que piensen y realizar nuevos catálogos por cada división para llegar a nuevos clientes.

Es necesario que cada tres o seis meses se pueda evaluar a los clientes para saber si la información que se les ha estado enviando por medio de correo electrónico, ha sido valiosa y si se desea realizar algunos cambios para que los clientes siempre estén satisfechos con la forma de comunicación que se tiene.

Las ofertas de productos debe ser una herramienta que no se tienen que descuidar ni dejar de practicar, pues esta logra que se obtengan más ventas y a su vez que los clientes sigan teniendo una relación con la empresa lo cual beneficia para futuros proyectos que ellos puedan tener.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. Alianza estratégica: Es un convenio, un acuerdo o un arreglo entre dos o más partes. Estratégico, por su parte, es aquello vinculado a la estrategia: las directivas para coordinar o administrar algo.
2. Analizar: tr. Hacer un análisis de determinada cosa. || tr. Hacer un análisis de determinada cosa.
3. Automatización: f. ingen. e inform. Sistema tecnológico basado en la ingeniería y la informática, que proporciona una optimización de los procesos productivos mediante la regulación automática (autorreguladores).
4. Beneficiario: -ria adj./s. m. y f. Se aplica a la persona que obtiene un beneficio o provecho, de un contrato, una donación, etc.
5. Comunicación: f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse. || 2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas. || 3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. || 4. f. Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.
6. Corporación: Cuerpo u organismo generalmente de interés público y a veces reconocido por la autoridad. || f. Asociación, entidad, comunidad, gremio. de carácter público.
7. Corporativo: adj. Relativo a una corporación. || Que pertenece a un organismo cuyos miembros tienen fines comunes gobierno corporativo.
8. Dependencias: f. Subordinación a un poder. || f. Sección o colectividad subordinada a un poder. || 4. f. Oficina pública o privada, dependiente de otra superior.
9. Diagnóstico: adj. Perteneciente o relativo a la diagnosis. || 2. m. Acción y efecto de diagnosticar. || 3. m. Med. Determinación de la naturaleza de una enfermedad mediante la observación de sus síntomas. || 4. m. Med. Calificación que da el médico a la enfermedad según los signos que advierte.
10. Diagramar: arte printing hacer la maqueta de una publicación.
11. Egrafía: Dirección de una página web que ha sido consultada con un fin, esta va en un trabajo de investigación al final.

12. Ejecución: Realización de una cosa o cumplimiento de un proyecto, encargo u orden: la ejecución de un mandato. || f. Acción y efecto de ejecutar.
13. Estrategia: Estrategia es un plan para dirigir un asunto. Una estrategia se compone de una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir los mejores resultados posibles. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo siguiendo una pauta de actuación.
14. Financiamiento: Acción de suministrar dinero a una persona o empresa para que desarrolle una actividad un plan de financiamiento estatal.
15. Geográfico: dj. Relativo a la geografía.
16. Implementación: f. inform. Acción y efecto de poner en marcha un sistema. ||
17. Indicadores: dj. Que sirve para indicar. m. Aparato destinado a indicar o medir automáticamente algún esfuerzo, presión, marcha, etc. Señal que sirve para aportar un dato o información sobre una cosa.
18. Institución: Establecimiento o fundación de algo que antes no existía. || Organismo que ha sido fundado para un fin, especialmente el que desempeña una función de interés público.
19. Interpretación: Explicación del significado de algo. Concepción o expresión personal de algo.
20. LinkedIn: Es un sitio web de redes sociales para las personas en ocupaciones profesionales. Fundada en diciembre de 2002 y puesta en marcha el 5 de mayo de 2003, que se utiliza principalmente para redes profesionales.
21. Mailing: [se pronuncia aproximadamente 'meilin'] s. m. Envío por correo de información comercial a un gran número de personas que han sido seleccionadas por su probable interés en la adquisición del producto.
22. Método Analítico: se refiere al análisis de las cosas o de los fenómenos; la palabra análisis, del griego análisis...descomposición, significa examinar, descomponer o estudiar minuciosamente una cosa. Por tanto, el método analítico comienza con el todo de un fenómeno y lo revista parte por parte (descomposición o separación del todo), comprendiendo su funcionamiento y su relación intrínseca, complementándose con la parte sintética.

23. Método Estadístico: se encarga de recopilar datos numéricos, y de interpretarlos y elaborar relaciones entre determinados grupos de elementos para determinar tendencias o generalidades.
24. Método Sintético: Se refiere a la síntesis de las cosas o de los fenómenos; la palabra síntesis, del griego *synthesis*...significa composición de un todo mediante la unión de sus partes, el método sintético, por lo tanto, es aquel que procede de lo simple a lo complejo, donde las partes simples que se separaron en el análisis, una vez revesadas, ahora son integradas por la síntesis (entiéndase todos los datos, hechos o elementos que intervienen en un fenómeno), definiendo qué relación tienen entre sí y de qué manera afectan la realización del fenómeno en cuestión, así, hasta completar nuevamente el todo.
25. Metodología: es un vocablo generado a partir de tres palabras de origen griego: *metà* ("más allá"), *odòs* ("camino") y *logos* ("estudio"). El concepto hace referencia al plan de investigación que permite cumplir ciertos objetivos en el marco de una ciencia.
26. Newsletter: Boletín electrónico en español, es una página de contenido que se suele recibir de forma periódica en texto plano o en código html y que contiene información, promoción comercial o publicidad de la página web que la emite.
27. Objetivo: Que no está determinado por sentimientos o intereses personales. || adj. Relativo al objeto en sí, y no a nuestro modo de pensar y de sentir.
28. Recopilación: f. Reunión de cosas dispersas, especialmente escritos, bajo un criterio que da unidad al conjunto. || f. Compendio, resumen o reducción breve de una obra o un discurso. Colección de escritos diversos.
29. Solidez Financiera: Firmeza o seguridad de una cosa material. Organización de una cosa, especialmente de una empresa o institución, que permite que funcione.
30. Tendencias: f. Inclinación, propensión de orden físico o espiritual. psicol. Reacción que mueve al sujeto a obrar para conseguir un fin.

## BIBLIOGRAFÍA

Estrategias de comunicación / Rafael Alberto Pérez González. Barcelona: Ariel, 2008.

Estrategias de comunicación interna y externa para la asociación de periodistas de Guatemala. Autora: Silvana Beatriz Vicente Yat. – EPS.

Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo / Gabriel Alfredo Piloña. Guatemala: GP Editores, 2011.

Cómo se elabora un proyecto de investigación: un enfoque constructivista / Juan José Chávez Zepeda. — Guatemala: Módulos de Autoaprendizaje, 2002.

Compilación de lecturas para el curso métodos y técnicas de investigación / Mario Ismael Aguilar Elizardi. Guatemala: Estudiantil Fenix 2010.

## Egrafía

[www.definicion.de](http://www.definicion.de)

[iveldostic.blogspot.com](http://iveldostic.blogspot.com)

<http://es.thefreedictionary.com>

<http://www.uca.es>

<http://www.ts.ucr.ac.cr>

<http://www.mapa.ziglaconsultores.com>

<http://www.tesiseinvestigaciones.com>

## ANEXOS

**OFERTAS ESPECIALES**

**PATCHCORD LC/UPC - SCAPC A UN SUPER PRECIO**

PATCHCORD LC/UPC - SC/APC DUPLEX 16MM SM G657	
3 METROS	Q.60.76
6 METROS	q.77.23
10 METROS	Q.99.26
15 METROS	Q.126.75

PATCHCORD LC/UPC - SC/APC SIMPLEX 16MM SM G657	
1.5 METROS	Q.27.82
6 METROS	Q.47.96
10 METROS	Q.49.74
15 METROS	Q.63.32
20 METROS	Q.78.57

[WWW.NETSOLUTIONS.COM.GT](http://WWW.NETSOLUTIONS.COM.GT)

Fuente Epesista Celeste Herrera - Oferta

**COMMSCOPE®** **AMP NETCONNECT**

**CableUTP Categoría 5E Q.668.62**  
**CableUTP Categoría 6 Q.799.00**

**NS NETSOLUTIONS** **WWW.NETSOLUTIONS.COM.GT**

Fuente Epesista Celeste Herrera - Oferta

**NS NETSOLUTIONS** **Oferta del mes**

Oferta válida durante el mes de Julio

**SIEMON**  
Patch panel 48 Puertos Cat 6A modular con 48 modulos  
**Q. 3,494.00**

**AMP NETCONNECT**  
Bobina UTP para interior  
Cat6 **Q. 799.00**  
Cat5E **Q.668.00**

**COMMSCOPE®**

[www.netsolutions.com.gt](http://www.netsolutions.com.gt) | [ventas@netsolutions.com.gt](mailto:ventas@netsolutions.com.gt)  
México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, y El Caribe

Fuente Epesista Celeste Herrera – Oferta



### NETSOLUTIONS DISTRIBUIDOR DE RAYCAP

**R**aycap proporciona una gama completa de SPD que evita daños irreparables y garantiza un servicio continuo (24/7) en infraestructuras críticas. Con sus líneas Strikesorb, Rayvoss y ACData, aporta protección de AC, DC y señal en prácticamente cualquier entorno de aplicación.

las líneas que ofrece Raycap, teniendo siempre el respaldo de fábrica pensando en nuestros clientes para ofrecerles las mejores soluciones de acuerdo a las necesidades que puedan tener.

Contamos con servicio de ingeniería, suministro e instalación de los productos.

En Netsolutions contamos con productos de

### SUPRESORES DE PICOS DE VOLTAJE

### RAYVOSS

Los picos de voltaje son impulsos eléctricos de gran magnitud y muy corta duración. Productos naturalmente por rayos, cortocircuitos, otros equipos etc. Para ello existen protecciones que evitan que estos impulsos o picos lleguen hasta las cargas sensibles.



Fuente Epesista Celeste Herrera – Afiche



Fuente Epesista Celeste Herrera – Imagen de la muestra del catálogo



Fuente Epesista Celeste Herrera – Imagen de la muestra del catálogo



Fuente Epesista Celeste Herrera – Imagen de la muestra del catálogo



Fuente Epesista Celeste Herrera – Imagen de la muestra del catálogo



Fuente: Epesista Celeste Herrera – Portada Catálogo



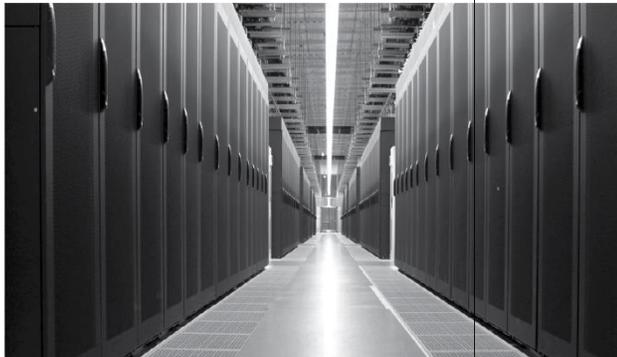
Fuente: Epesista Celeste Herrera – Contraportada Catálogo



Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo

<p>El mercado de de tecnología y telecomunicaciones se caracteriza por su constante cambio, NETSOLUTIONS busca la excelencia y el continuo desarrollo en cada actividad, para cumplir y sobrepasar las necesidades y expectativas de nuestros clientes.</p> <p><b>NS</b> NETSOLUTIONS ATA EN LUGAR INNOVACIÓN, SERVICIO Y RESPALDO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Marcas de alta calidad, reconocidas mundialmente.</li> <li>☒ Personal altamente calificado.</li> <li>☒ Innovación.</li> <li>☒ Servicio al cliente proveyendo soluciones a la medida.</li> <li>☒ Excelentes relaciones comerciales con proveedores, clientes, competencia.</li> <li>☒ Solidez financiera.</li> </ul> 	<div style="text-align: center;"> <h2>NETSOLUTIONS</h2> <p>INDICE</p> </div> <table border="0"> <tr> <td><b>1- Soluciones Corporativas</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td>1.1- Network</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>1.2- Video Vigilancia</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>1.3- Infraestructura</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>1.4- Energía</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td><b>2- Energía</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2.1- Sistemas de protección eléctrica</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>2.2- Generadores eléctricos y paneles solares</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>2.3- Sistemas de respaldo de energía</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>2.4- Sistemas de iluminación para torres</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td><b>3- Líneas Activas</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3.1- Sincronía de redes</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>3.2- Redes IP y acceso</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>3.3- Aplicativos IP</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>3.4- Optimización, monitoreo y medición de redes</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td><b>4- Planta Interna/Externa</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4.1- Red de Cobre</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>4.2- Red de Fibra</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>4.3- Red Coaxial</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td><b>5- Proyectos / O&amp;M</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5.1- Proyectos Llave en Mano</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td>5.2- Proyectos media tensión, alumbrado público, ahorro energético, control de alarmas vía remota</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>5.3- O&amp;M</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>5.4- Operaciones y mantenimiento</td> <td>24</td> </tr> </table>	<b>1- Soluciones Corporativas</b>		1.1- Network	2	1.2- Video Vigilancia	3	1.3- Infraestructura	4	1.4- Energía	5	<b>2- Energía</b>		2.1- Sistemas de protección eléctrica	7	2.2- Generadores eléctricos y paneles solares	8	2.3- Sistemas de respaldo de energía	9	2.4- Sistemas de iluminación para torres	10	<b>3- Líneas Activas</b>		3.1- Sincronía de redes	12	3.2- Redes IP y acceso	13	3.3- Aplicativos IP	14	3.4- Optimización, monitoreo y medición de redes	15	<b>4- Planta Interna/Externa</b>		4.1- Red de Cobre	17	4.2- Red de Fibra	18	4.3- Red Coaxial	19	<b>5- Proyectos / O&amp;M</b>		5.1- Proyectos Llave en Mano	21	5.2- Proyectos media tensión, alumbrado público, ahorro energético, control de alarmas vía remota	22	5.3- O&M	23	5.4- Operaciones y mantenimiento	24
<b>1- Soluciones Corporativas</b>																																																	
1.1- Network	2																																																
1.2- Video Vigilancia	3																																																
1.3- Infraestructura	4																																																
1.4- Energía	5																																																
<b>2- Energía</b>																																																	
2.1- Sistemas de protección eléctrica	7																																																
2.2- Generadores eléctricos y paneles solares	8																																																
2.3- Sistemas de respaldo de energía	9																																																
2.4- Sistemas de iluminación para torres	10																																																
<b>3- Líneas Activas</b>																																																	
3.1- Sincronía de redes	12																																																
3.2- Redes IP y acceso	13																																																
3.3- Aplicativos IP	14																																																
3.4- Optimización, monitoreo y medición de redes	15																																																
<b>4- Planta Interna/Externa</b>																																																	
4.1- Red de Cobre	17																																																
4.2- Red de Fibra	18																																																
4.3- Red Coaxial	19																																																
<b>5- Proyectos / O&amp;M</b>																																																	
5.1- Proyectos Llave en Mano	21																																																
5.2- Proyectos media tensión, alumbrado público, ahorro energético, control de alarmas vía remota	22																																																
5.3- O&M	23																																																
5.4- Operaciones y mantenimiento	24																																																

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo

<h2 style="text-align: center;">Soluciones Corporativas</h2> <p>Nos dedicamos a la integración de soluciones de alta calidad a nivel de infraestructura, equipos activos y de energía. Trabajamos con marcas de alto prestigio y reconocidas mundialmente para garantizar una adecuada solución a la necesidad de nuestros clientes. Estamos dirigidos al mercado corporativo y de empresas, tanto públicas como privadas.</p> 	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 40%;"> <p><b>FORTINET</b></p> <p><b>RUCKUS</b></p> <p><b>CISCO</b></p> <p><b>BROCADE</b></p> </div> <div style="width: 55%; text-align: center;">  <h3>Networking</h3> <p>Implementamos redes LAN según las necesidades de nuestros clientes, instalando y configurando Switches, Routers, Access Points para WiFi y seguridad perimetral. Para necesidades WAN, implementamos balanceadores de carga, así como enlaces punto a punto y punto a multi-punto.</p> <p><b>PRODUCTOS/</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Switching y Routing</li> <li>-Redes Wifi</li> <li>-Seguridad de Redes</li> <li>-Balanceadores de Carga</li> <li>-Enlaces Punto a Punto</li> <li>Enlaces Punto a Multi-Punto</li> </ul>  </div> </div>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo



**Video Vigilancia**

Tenemos experiencia comprobada en la implementación de redes de video-vigilancia con cámaras IP y analógicas, sistemas de almacenamiento y centros de monitoreo. Nuestro valor agregado es la analítica de video para aplicaciones de seguridad y ciudades inteligentes.

**PRODUCTOS/**

- Cámaras IP y Analógicas
- Dvr y Sistemas de Almacenamiento







**Infraestructura**

Construimos centros de datos cumpliendo estándares y normas internacionales.



**PRODUCTOS/**

- Cable y Patchcords de Fibra y Cobre
- Racks
- Gabinetes de piso y pared
- Organizadores verticales y horizontales
- patch panel y PDU
- Piso Elevado
- Sistemas de Detección de incendios
- Aire acondicionado

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo

Integramos soluciones eficientes de energía para centros de datos o aplicaciones generales. Así mismo trabajamos proyectos de alumbrado con sistemas LED para interior y exterior.



**Energía**



**PRODUCTOS/**

- Supresores de Picos
- UPS
- Motores de Generación
- Pararrayos
- Tierras Físicas
- Luz Led

**Energía**

Brindamos soluciones integrales en sistemas de protección eléctrica, generadores eléctricos, generación de energía renovable, respaldo de energía, e iluminación para torres. Diseñados según las necesidades de cada cliente.

Nuestras soluciones cuentan con el respaldo de marcas reconocidas a nivel mundial. Entre nuestros clientes tenemos a operadores de telefonía, empresas asociadas y contratistas. Atendiendo también clientes en el área corporativa e instituciones de gobierno.



Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo



### Sistemas de protección eléctrica

Contamos con soluciones robustas y libres de mantenimiento para la protección de sus equipos sensibles. Aplicables en instalaciones industriales, hospitalarias, comerciales, telecomunicaciones, militares.



- PRODUCTOS/**
- Protectores Contra Transientes AC, DC, RF
  - Sistemas de Puesta a Tierra
  - Sistemas de Protección Electro Atmosférica



7



Contamos con generadores eléctricos y paneles solares de diferentes capacidades. Integrados en soluciones diseñadas a partir de la necesidad requerida por nuestros clientes.



### Generadores eléctricos y paneles solares

- PRODUCTOS/**
- Transferencias Automáticas
  - Motores Generadores
  - Paneles Solares



8

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo



### Sistemas de respaldo de energía



Sabemos lo importante y lo valioso de su tiempo e inversión. Por eso nos dedicamos a entregar soluciones diseñadas a la medida, respaldadas por las mejores marcas del mercado. UPS, Baterías, Motor Generador, Sistemas de respaldo con energía fotovoltaica.

- PRODUCTOS/**
- Gabinetes
  - Transferencias Automáticas
  - Gabinetes para Última Milla
  - Gabinetes Anti Vandalismo
  - Bancos de Baterías
  - UPS
  - Rectificadores
  - Inversores
  - Paneles Solares



9



### Sistemas de iluminación para torres

Proveemos soluciones de equipo de iluminación y señalización de torres de comunicación para aeronáutica, así como sistemas de alumbrado público e industrial con la aplicación de sistemas LED.

- PRODUCTOS/**
- Luces de Obstrucción



10

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo

## LINEAS ACTIVAS

Implementamos redes de telecomunicación, instalando y configurando equipos de sincronía de redes, cobertura móvil y transmisión de datos. Aseguramos la correcta instalación de infraestructura de fibra óptica y cobre, así como la calidad de servicio de redes IP y móviles, utilizando equipos de medición y sistemas de monitoreo. Nuestros principales clientes son las operadoras de telecomunicación y sus contratistas.



11



## Sincronía de redes



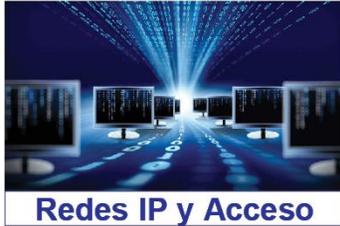
Implementamos soluciones de sincronía para redes de telecomunicación, con aplicaciones móviles y Ethernet. NETSOLUTIONS representante exclusivo del fabricante MICROSEMI, conocido como Symmeticom.



PRODUCTOS/  
-Relojes Para Sincronía  
-Distribuidores de Señal de Sincronía  
-Servidores de tiempo PTP y NTP

12

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo



## Redes IP y Acceso

Tenemos experiencia en el suministro e implementación de redes de acceso por fibra óptica y cobre, hemos sido precursores de soluciones FTTH en Centroamérica con el apoyo del fabricante CALIX.

Así mismo implementamos redes de networking del líder mundial CISCO.



PRODUCTOS/  
-Redes de Acceso por Cobre  
-Redes de Fibra Óptica  
-Switching y Routing  
-WiFi

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo

13

Apoyamos a los operadores de telecomunicación con aplicativos importantes para la correcta operación de su red, soluciones de seguridad, DNS, DHCP, entre otros.



Así mismo implementamos redes de networking del líder mundial CISCO.



## Aplicativos IP

PRODUCTOS/  
-DNS y DHCP  
-Seguridad



14

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo

Ofrecemos servicios especializados para monitorear y optimizar redes de telecomunicación mediante Drive-Test, Benchmarking e Initial Tuning. Nos apoyamos con la marca líder VIAMI Solutions anteriormente conocida como JDSU, siendo representantes exclusivos para Centroamérica, para suministrar equipos de medición y sistemas de monitoreo de redes.



**VIAMI**

**Optimización, monitoreo y medición de redes**



- PRODUCTOS/**
- Drive Test y Benchmarking
  - Monitoreo y Verificación de fibra Óptica
  - Medición de DSL y Cable
  - Verificación de Redes de Cable HFC



15

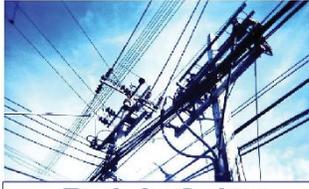
**Planta Interna/Externa**

Somos distribuidores de todos los elementos que conforman la infraestructura de planta externa en redes de telecomunicaciones (Fibra Óptica, Cable, Coaxial), desde el lado de la oficina central hasta las instalaciones del lado del cliente. Atendemos el mercado de todos los operadores, sus filiales y contratistas.



16

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo



**Red de Cobre**



Contamos con todos los elementos, productos y herramientas para Construcción y Mantenimiento de redes de Cobre, desde el edificio central hasta el lado del cliente. Productos de actualidad para redes de Telecomunicaciones, internas y externas.

- PRODUCTOS/**
- Roseta Red de Cobre
  - Herramienta Básica Red de Cobre
  - Herrajes de Sujeción
  - Cables Multipares
  - Cajas Terminales
  - Cierres de Empalme
  - Cámaras, Pozos, Registros
  - Gabinetes de Cross Conexión
  - Conectores
  - Etiquetas, Identificadores, Numeración, Prevención
  - Pliegos y Hebillas
  - Shelters, Bloques, Protección
  - Tapaderas Concreto Polimérico
  - Selladores para Infraestructura



17



**Red de Fibra Óptica**

Contamos con todos los elementos, productos y herramientas para Construcción y Mantenimiento de redes de fibra óptica, PON, HFC, RFOG, etc., desde el edificio central Headend hasta el lado del cliente. Productos de actualidad para redes de Telecomunicaciones, internas y externas.



- PRODUCTOS/**
- Cable de acometida (F.O.)
  - Cajas Ópticas de Pared
  - Herramienta Red de Fibra Óptica
  - Canaletas de Central
  - Cierres de empalme Aéreos
  - ODF Distribuidor Óptico
  - Ductos, Subductos, Miniductos, Microductos
  - Empalmadoras de Fusión
  - Gabinetes Ópticos, Racks
  - Pigtails, Patchcords
  - Splitters Ópticos

18

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo



## Red Coaxial

**chemque**  
on the way

**CORNING**  
**CPC**

**Fibra-Puls**

**HUMBALL**  
SOLUCIONES EN TELECOMUNICACIONES

**INDUSTRIAL ELECTRIC**  
SOLUCIONES EN ELECTRICIDAD

Contamos con todos los elementos, productos y herramientas para Construcción y mantenimiento de redes con cables Coaxiales, redes HFC y CATV, desde el Headend hasta el lado del cliente. Productos de actualidad para redes de Telecomunicaciones, internas y externas.

**PRODUCTOS/**

- Cajas Metálicas para Exterior
- Herramienta Básica Red Coaxial
- Cajas Troncales
- Conectores
- Herrajes de Sujeción
- Plejes y Hebillas
- Máscaras para Fuentes, Amplificadores
- Splitters
- Mangas Selladoras
- TAPs








19

## Proyectos / O&M

Desarrollamos proyectos llave en mano, mantenimientos preventivos y correctivos de telecomunicaciones, energía, redes de acceso, enlaces, entre otros. Integrando soluciones de alta calidad y mano de obra calificada. Estamos en constante capacitación e innovación para garantizar el éxito en cada proyecto.

Buscando obtener la máxima satisfacción y reconocimiento de nuestros clientes. Contamos con la infraestructura necesaria para responder a requerimientos.



20

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo



## Proyectos llave en mano

**SERVICIOS/**

- Telecomunicaciones
- Energía
- Eficiencia Energética
- Evaluación y diagnóstico de instalaciones eléctricas (media y baja tensión)
- Estudio y monitoreo de calidad de energía
- Redes de acceso
- Enlaces
- Aire acondicionado



**Proyectos eléctricos en baja tensión/**

- Recaudación, estación de servicio de combustible.
- Renovación total del sistema eléctrico.
- Reemplazo de tableros, canalización y cableado.
- Reemplazo de gabinete y automatización del sistema de encendido, programado de forma escalonada.
- Identificación, organización y prueba de aislamiento de cada circuito.



21

**Proyectos de instalaciones en media tensión/**

Instalación y mantenimiento de equipos de medición en media tensión, para generadores, distribuidoras, grandes usuarios, comercializadoras.

Diseño y construcción de líneas monofásicas y trifásicas en media tensión en 13.8 kV, 34.5 kV.

Montaje de centros de transformación y bancos de capacitores en MT.



**Proyecto de eficiencia en alumbrado público/**

- Proyectos en alcaldías.
- Lámparas LED
- Instalación, mantenimiento y garantía.



**Proyecto de ahorro energético en alumbrado público/**

Ahorro desde un 27% de energía eléctrica a potencia plena durante 12 horas de iluminación. Balastos electrónicos programables en modo de atenuación para reducir su potencia podrá disminuir su consumo de energía eléctrica, ahorro en más del 50%.

Cubre balastos desde 20 W a 400 W de vapor de sodio y aditivos metálicos.



**Controles de alarma via remota/**

- Energía
- Combustible.
- Baterías.
- Puerta abierta
- Transferencia



22

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo



### Operaciones y mantenimiento O&M

Contamos con personal administrativo y técnico capacitados para el control y manejo de proyectos. Realizamos mantenimiento preventivo y correctivo según el caso necesario, realizamos estudios y análisis del proyecto para mantener y garantizar el óptimo desarrollo. Contamos con infraestructura regional y local estratégicamente distribuida para responder a requerimientos específicos del cliente.



Operaciones y mantenimientos /  
-Instalación, mantenimiento preventivo y correctivo a Plantas de Energía de respaldo (motogenerador).  
-Instalación, mantenimiento preventivo y correctivo de aires acondicionados  
-Instalación, mantenimiento e instalaciones de energía en media y baja tensión.



23

Operaciones y mantenimientos /  
-Mantenimiento y mejoras en infraestructura.



Operaciones y mantenimientos /  
-Abastecimiento de combustible a celdas de telefonía.



24

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo



Oficinas Centrales:  
-Guatemala

Sucursales:  
-El Salvador  
-Honduras  
-Nicaragua  
-Costa Rica  
-Panamá



Representaciones:  
-México  
-República Dominicana  
-Puerto Rico  
Trinidad & Tobago

Socios Estratégicos:  
-Bielice  
-Jamica  
-Cuba  
-Curazao  
-Colombia

América del Sur  
-Ecuador  
-Perú  
-Argentina

[www.netsolutions.com.gt](http://www.netsolutions.com.gt)

25



 GUATEMALA PEX: +502 2430-4444 FAX: +502 2476-4032 E-MAIL: <a href="mailto:ventas@netsolutions.com.gt">ventas@netsolutions.com.gt</a>	 NICARAGUA PEX: +505 2249-0375   2249-5340 FAX: +505 2249-0840 E-MAIL: <a href="mailto:ventas@netsolutions.com.gt">ventas@netsolutions.com.gt</a>
 EL SALVADOR PEX: +503 2291-1900 FAX: +503 2571-1906 E-MAIL: <a href="mailto:ventas@netsolutions.com.gt">ventas@netsolutions.com.gt</a>	 COSTA RICA PEX: +506 2234-0041 FAX: +506 2234-0267 E-MAIL: <a href="mailto:ventas@netsolutions.com.gt">ventas@netsolutions.com.gt</a>
 HONDURAS PEX: +504 2255-0234/35 FAX: +504 2255-0235 E-MAIL: <a href="mailto:ventas@netsolutions.com.gt">ventas@netsolutions.com.gt</a>	 PANAMA PEX: +507 265-2646 E-MAIL: <a href="mailto:ventas@netsolutions.com.gt">ventas@netsolutions.com.gt</a>
 MÉXICO PEX: +521 5550-7243 E-MAIL: <a href="mailto:ventas@netsolutions.com.gt">ventas@netsolutions.com.gt</a>	 REPUBLICA DOMINICANA PEX: +1 809 567 0300 E-MAIL: <a href="mailto:ventas@netsolutions.com.gt">ventas@netsolutions.com.gt</a>
 PUERTO RICO PEX: +1 787 648 4338 E-MAIL: <a href="mailto:ventas@netsolutions.com.gt">ventas@netsolutions.com.gt</a>	 TRINIDAD Y TOBAGO PEX: +184 840 8327 E-MAIL: <a href="mailto:ventas@netsolutions.com.gt">ventas@netsolutions.com.gt</a>

[www.netsolutions.com.gt](http://www.netsolutions.com.gt)

26

Fuente: Epesista Celeste Herrera – Interior catálogo



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Presentación del proyecto con Claudia Higueros Responsable de Mercadeo y Licenciado Fernando Flores supervisando el EPS en sala de reuniones de Netsolutions.



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Presentación del proyecto con Claudia Higueros Responsable de Mercadeo y Licenciado Fernando Flores supervisando el EPS en sala de reuniones de Netsolutions.



**Fuente Epesista Celeste Herrera:** Presentación del proyecto con Claudia Higueros Responsable de Mercadeo y Licenciado Fernando Flores supervisando el EPS en sala de reuniones de Netsolutions.

## Modelo de la Encuesta



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**(EPS) – LICENCIATURA**

**ENCUESTA DE DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL**

### **DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA NETSOLUTIONS DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS HACIA EL CLIENTE EXTERNO**

Por medio de esta encuesta deseamos conocer las necesidades de los ingenieros de ventas ante el cliente, de tal manera a contar con más y mejores herramientas para facilitar la labor de comunicación.

Responda las siguientes preguntas de forma clara, marcando con una “X” su respuesta (puede marcar varias respuestas en las de respuestas múltiples si lo considera necesario), y respondiendo con su punto de vista las preguntas directas.

1. ¿Sabe o ha escuchado la percepción que tienen sus clientes de la imagen de Netsolutions?

Buena \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Mala \_\_\_\_\_

Explique: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



2. ¿Sí ya tiene una relación de negocios con clientes ejecutivos y desea se le dé seguimiento, que medios de comunicación utilizaría?

Redes sociales \_\_\_\_\_ Correos \_\_\_\_\_  
Comunicación directa \_\_\_\_\_ Llamada \_\_\_\_\_

3. Cuando usted se presenta con un cliente nuevo, en orden de importancia ¿cuál considera que sería la herramienta más efectiva?

Presentación \_\_\_\_\_ Catálogo \_\_\_\_\_ Promocional \_\_\_\_\_

4. ¿Si llegara usted con un cliente nuevo a mostrarle una presentación, con qué tipo de información considera obtendría su mayor atención?

Información técnica \_\_\_\_\_ Información comercial \_\_\_\_\_  
Historia de la empresa \_\_\_\_\_ Casos de éxito \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

5. ¿Qué tipo de comunicación masiva utilizaría usted para alcanzar nuevos clientes y ofrecer nuevos productos?

Desayunos/almuerzos \_\_\_\_\_ Cursos/charlas \_\_\_\_\_  
Página Web/Redes Sociales \_\_\_\_\_ Videoconferencias \_\_\_\_\_



6. Considerando que se desea mantener la relación con los clientes y lograr que conozcan mejor la empresa, ¿Qué tipo de temas de comunicación considera se deban publicar en las redes y página de la empresa?

Información de nuevos productos \_\_\_\_\_  
Tendencias del mercado \_\_\_\_\_  
Videos de actualidad en telecomunicaciones \_\_\_\_\_  
Newsletters \_\_\_\_\_

7. Considerando que desea alcanzar a un alto nivel gerencial de una empresa, ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que sería la mejor como regalo/promocional?

Café de exportación	_____	Porta tarjetas	_____
Cuadro decorativo	_____	Case de Ipad	_____
Cargador de batería portátil	_____	Sets de regalo (pluma, porta tarjetas, mini agenda)	_____
Bocina	_____	Otros ¿cuál?	_____

8. ¿Cada cuánto tiempo considera que sería prudente hacerle un obsequio a un gerente?

1 mes \_\_\_\_\_ 3 meses \_\_\_\_\_ 6 meses \_\_\_\_\_

Explique: \_\_\_\_\_

---



9. Considerando que la mayoría de las empresas no aceptan regalos, y usted desea llegar cliente ejecutivo ¿Qué herramienta considera útil para alcanzar una buena relación?

Explique: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10. ¿Cómo considera la opción de utiliza como regalo para un cliente gerencial, pases a conciertos (música clásica) o vales de restaurantes?

Favorable \_\_\_\_\_ Desfavorable \_\_\_\_\_ No le interesa \_\_\_\_\_

11. ¿Desea agregar algún comentario adicional que pueda ser útil para lograr elegir las mejores herramientas de comunicación?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**(EPS) – LICENCIATURA**

**ENCUESTA DE DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL**



**DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN DE LA EMPRESA NETSOLUTIONS DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS HACIA EL CLIENTE EXTERNO**

Por medio de esta encuesta deseamos conocer la percepción y las necesidades que tienen los clientes de la empresa Soluciones en Conectividad para encontrar mejores herramientas para facilitar la labor de comunicación entre el vendedor y sus clientes.

Responda las siguientes preguntas de forma clara, marcando con una “X” su respuesta (puede marcar varias respuestas en las de respuestas múltiples si lo considera necesario), y respondiendo con su punto de vista las preguntas directas.

1. ¿Cuál es su percepción acerca de la imagen empresa Netsolutions?

Buena\_\_\_\_\_ Regular\_\_\_\_\_ Mala\_\_\_\_\_

2. ¿Por cuál de los siguientes medios de comunicación le gustaría que se le mantuviera comunicado?

3.

Redes sociales	_____	Correos	_____
Comunicación directa	_____	Llamada	_____



3. Para conocer más acerca de la empresa, de sus productos y servicios, ¿Qué herramienta considera más efectiva para cuando le visita un vendedor?

Presentación\_\_\_\_\_ Catálogo\_\_\_\_\_ Promocional\_\_\_\_\_

4. ¿Si un vendedor le visitara para mostrarle una presentación, qué tipo de información le interesaría?

Información técnica \_\_\_\_\_ Información comercial \_\_\_\_\_  
Historia de la empresa \_\_\_\_\_ Casos de éxito \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

5. ¿Qué tipo de comunicación masiva le gustaría que utilice la empresa para darle a conocer los nuevos productos y servicios?

Desayunos/almuerzos \_\_\_\_\_ Cursos/charlas \_\_\_\_\_  
Página Web/Redes Sociales \_\_\_\_\_ Videoconferencias\_\_\_\_\_

6. ¿Tiene conocimiento que la empresa Netsolutions además de su página Web ahora cuenta con página de Facebook, Twitter y LinkedIn?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_



7. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones utilizaría para enterarse de las nuevas publicaciones sobre productos y servicios de la empresa?

Facebook \_\_\_\_\_ Twitter \_\_\_\_\_ LinkedIn \_\_\_\_\_

App \_\_\_\_\_ Página web \_\_\_\_\_

8. ¿Qué tipo de temas de comunicación le gustaría encontrar publicadas en las redes y página web de la empresa?

Información de nuevos productos \_\_\_\_\_

Tendencias del mercado \_\_\_\_\_

Videos de actualidad en telecomunicaciones \_\_\_\_\_

Newsletters (boletín de noticias) \_\_\_\_\_

9. ¿La empresa para la cual labora le permite aceptar regalos/promocionales por parte de los proveedores?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

10. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría que su vendedor le realizara una visita?

1 mes \_\_\_\_\_ 3 meses \_\_\_\_\_ 6 meses \_\_\_\_\_

## Vaciado de la Encuesta

### Encuesta realizada a proveedores

1. ¿Sabe o ha escuchado la percepción que tienen sus clientes de la imagen de Netsolutions?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
BUENA	7	78%
REGULAR	2	22%
MALA	0	0%
TOTAL	9	100%

2. ¿Sí ya tiene una relación de negocios con clientes ejecutivos y desea se le dé seguimiento, que medios de comunicación utilizaría?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
REDES SOCIALES	2	10%
CORREOS	5	24%
LLAMADAS	6	29%
COMUNICACIÓN DIRECTA	8	38%
TOTAL ACUMULADO	21	100%

3. Cuando usted se presenta con un cliente nuevo, en orden de importancia ¿cuál considera que sería la herramienta más efectiva?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
PRESENTACION	6	67%
CATALOGO	3	33%
PROMOCIONAL	0	0%
TOTAL	9	100%

4. ¿Si llegara usted con un cliente nuevo a mostrarle una presentación, con qué tipo de información considera obtendría su mayor atención?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
INFORMACIÓN TÉCNICA	3	20%
HISTORIA DE LA EMPRESA	2	13%
INFORMACIÓN COMERCIAL	4	27%
CASOS ÉXITO	6	40%
OTROS	0	0%
TOTAL ACUMULADO	15	100%

5. ¿Qué tipo de comunicación masiva utilizaría usted para alcanzar nuevos clientes y ofrecer nuevos productos?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
DESAYUNOS/ALMUERZOS	3	18%
PAG. WEB / REDES SOCIALES	6	35%
CURSOS / CHARLAS	7	41%
VIDEOCONFERENCIAS	1	6%
TOTAL ACUMULADO	17	100%

6. Considerando que se desea mantener la relación con los clientes y lograr que conozcan mejor la empresa, ¿Qué tipo de temas de comunicación considera se deban publicar en las redes y página de la empresa?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
INFORMACION PRODUCTOS NUEVOS	7	39%
TENDENCIAS DE MERCADO	6	33%
VIDEOS DE ACTUALIDAD	2	11%
NEWSLETTERS	3	17%
TOTAL ACUMULADO	18	100%

7. Considerando que desea alcanzar a un alto nivel gerencial de una empresa, ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que sería la mejor como regalo/promocional?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
CAFÉ EXPORTACION	2	18%
CUADRO DECORATIVO	2	18%
CARGADOR BATERIA PORTATIL	0	0%
BOCINA	0	0%
PORTA TARJETAS	2	18%
CASE IPAD	0	0%
SETS DE REGALO	2	18%
OTROS	3	27%
TOTAL ACUMULADO	11	100%

8. ¿Cada cuánto tiempo considera que sería prudente hacerle un obsequio a un gerente?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
UN MES	1	11%
TRES MESES	3	33%
SEIS MESES	5	56%
TOTAL	9	100%

9. ¿Cómo considera la opción de utiliza como regalo para un cliente gerencial, pases a conciertos (música clásica) o vales de restaurantes?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
FAVORABLE	7	78%
DESFAVORABLE	0	0%
NO LE INTERESA	2	22%
TOTAL	9	100%

## Encuesta realizada a clientes

1. ¿Cuál es su percepción acerca de la imagen empresa Netsolutions?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
BUENA	10	73%
REGULAR	5	27%
MALA	0	0%
TOTAL	15	100%

2. ¿Por cuál de los siguientes medios de comunicación le gustaría que se le mantuviera comunicado?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
REDES SOCIALES	5	33%
CORREOS	10	67%
LLAMADAS	0	0%
COMUNICACIÓN DIRECTA	0	0%
TOTAL ACUMULADO	15	100%

3. Para conocer más acerca de la empresa, de sus productos y servicios, ¿Qué herramienta considera más efectiva para cuando le visita un vendedor?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
PRESENTACION	8	53%
CATALOGO	7	47%
PROMOCIONAL	0	0%
TOTAL	15	100%

4. ¿Si un vendedor le visitara para mostrarle una presentación, qué tipo de información le interesaría?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
INFORMACIÓN TÉCNICA	15	60%
HISTORIA DE LA EMPRESA	0	0%
INFORMACIÓN COMERCIAL	3	12%
CASOS ÉXITO	7	28%
OTROS	0	0%
TOTAL ACUMULADO	25	100%

5. ¿Qué tipo de comunicación masiva le gustaría que utilice la empresa para darle a conocer los nuevos productos y servicios?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
DESAYUNOS/ALMUERZOS	3	18%
PAG. WEB / REDES SOCIALES	6	35%
CURSOS / CHARLAS	8	47%
VIDEOCONFERENCIAS	0	0%
TOTAL ACUMULADO	17	100%

6. ¿Tiene conocimiento que la empresa Netsolutions además de su página Web ahora cuenta con página de Facebook, Twitter y LinkedIn?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	0	18%
NO	15	35%
TOTAL ACUMULADO	15	100%

7. ¿Cuál de las siguientes aplicaciones utilizaría para enterarse de las nuevas publicaciones sobre productos y servicios de la empresa?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
FACEBOOK	7	47%
TWITTER	0	0%
LINKEDIN	0	0%
APP	0	0%
PÁGINA WEB	8	53%
TOTAL ACUMULADO	15	100%

8. ¿Qué tipo de temas de comunicación le gustaría encontrar publicadas en las redes y página web de la empresa?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
INFORMACIÓN PRODUCTOS NUEVOS	5	34%
TENDENCIAS DEL MERCADO	3	20%
VIDEOS DE ACTUALIDAD EN TELECOM.	5	33%
NEWSLETTERS	2	13%
TOTAL ACUMULADO	15	100%

9. ¿La empresa para la cual labora le permite aceptar regalos/promocionales por parte de los proveedores?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	8	53%
NO	7	47%
TOTAL ACUMULADO	15	100%

10. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría que su vendedor le realizara una visita?

RESPUESTA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
UN MES	3	20%
TRES MESES	5	33%
SEIS MESES	7	47%
TOTAL	15	100%



Universidad de San Carlos de Guatemala  
 Escuela de Ciencias de la Comunicación  
 Ejercicio Profesional Supervisado  
 de Licenciatura 2016

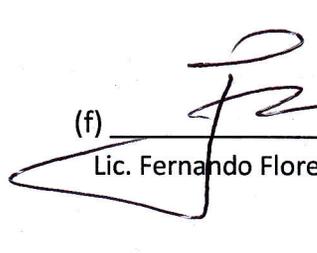


**Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada**

**Nombre del Alumno (a):** Maricela Celeste Herrera López  
**No. De Carné:** 200820845  
 Licenciada en Administración de Empresas, Gabriela Ozaeta,  
**Jefe o Encargado (a):** Responsable administrativo y de talento humano.  
**Institución o Empresa:** Soluciones en Conectividad, S.A.  
**Supervisor de EPSL:** Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 16 / Al: 20	Mayo	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
2	Del: 23 / Al: 27	Mayo	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
3	Del: 30 / Al: 03	Junio	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
4	Del: 06 / Al: 10	Junio	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
5	Del: 13 / Al: 17	Junio	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
6	Del: 20 / Al: 24	Junio	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
7	Del: 27 / Al: 30	Junio	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
8	Del: 04 / Al: 08	Julio	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
9	Del: 11 / Al: 15	Julio	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
10	Del: 18 / Al: 22	Julio	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
11	Del: 25 / Al: 29	Julio	5	5	5	6	7	x	28 hrs.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>308</b>

(f)   
 Firma y Sello jefe (a) o Encargado

(f)   
 Lic. Fernando Flores – Supervisor EPSL

