

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



**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA EL
DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA COMPUMAYORISTAS XELA”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

ALEXIS MAURICIO MÉNDEZ CERÓN

Previo a optar el título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2018

Consejo Directivo

Director

M.Sc. Sergio Morataya García

Representantes Docentes

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Moran

Representantes Estudiantiles

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juarez

Representante de Egresado

M.A Michael González Bátres

Secretaria Administrativa

M.Sc. Claudia Molina

Coordinador EPS Licenciatura

Lic. Luis Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura

Licda. Sandra Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios



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



Guatemala, 5 de Febrero 2018

EPS-LIC-2018-199

Libni Nataly Pérez Rodas
Gerente de ventas
Compumayoristas Xela
Presente.

Estimada Gerente:

Por medio de la presente agradecemos su colaboración por brindar el espacio para que el (la) epesista de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estudiante **Alexis Mauricio Méndez Cerón** con número de registro académico **199813864** realice su ejercicio profesional supervisado en su prestigiosa institución con el tema de **Comunicación Interna** para tal efecto solicitamos lo siguiente:

- Extenderle una carta de aceptación al estudiante epesista en papel membretado y sellado por la empresa o institución.
- Facilitarle los materiales de consulta y de trabajo para hacer su práctica.
- Aceptar que dentro del Plan de Comunicación 2018 de su institución, el(a) estudiante tenga la oportunidad de hacer un diagnóstico, elaborar un plan y ejecutar el mismo para que ayude al Proceso de Comunicación Interno o Externo de la misma.
- Autorizar que el estudiante epesista incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado que será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera" así como copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura y colegio de Humanidades).
- Autorizar que se supervise el Ejercicio Profesional Supervisado por parte de los docentes supervisores quienes estarán debidamente identificados –EPS-.

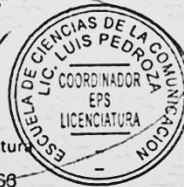
Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Luis Pedroza

Coordinador de EPS Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866



Copia: archivo/empresa o institución/estudiante epesista



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810
www.comunicacion.usac.edu.gt

Guatemala, 30 de Julio 2018

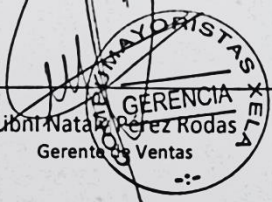

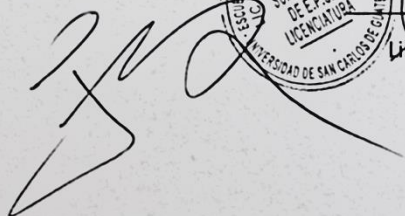
Lic. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el Sr. Alexis Mauricio Méndez Cerón, con número de carné: 9813864y CUI: 2652047710101 ; es estudiante(a) epesista 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 *11 de junio* al *30 de julio* del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN EL DEPARTAMENTO DE VENTAS DE LA EMPRESA COMPUMAYORISTAS XELA" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra CompumayoristasXela.

En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos subsecuentes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente **CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA** en nuestra CompumayoristasXela.

Atentamente,



Libni Natalia Pérez Rodas
Gerente de Ventas

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

DEDICATORIA

A

DIOS: Por darme la vida y permitirme terminar mis estudios universitarios, ya que sin su guía y bendición no hubiera sido posible.

MI MADRE: Arhelly Cerón de Méndez, Quien me enseñó a leer y a escribir. Que ha estado en todas las etapas de mi vida, con amor y paciencia espero este momento, a ella mi mayor agradecimiento.

MI PADRE: Cesar Méndez Arroyave, quien me dio un gran ejemplo de trabajo y disciplina, nos une un milagro más que mil palabras.

MI ESPOSA: Jennifer Barrios de Méndez, Le agradezco a Dios por ponerla en mi camino, con su respaldo, confianza y amor he logrado ir concluyendo mis metas personales y de nuestro hogar.

MIS HIJAS: Ximena y Helen Méndez, Ustedes son la razón fundamental de terminar este ciclo académico, quiero dejarles un ejemplo de que todo se puede lograr con decisión y disciplina. Gracias por apoyarme y quererme tanto.

MIS HERMANOS: Patty, Yuri, Orlando, Estuardo y Luis Carlos, Gracias por que siempre puedo contar con ustedes, por su apoyo, consejos y buenos ejemplos que he aprendido de ustedes.

MIS AMIGOS: A todos, gracias por animarme a seguir adelante. En especial a Jeanne Leiva quien me apoyo a entrar al EPS de Licenciatura de Ciencias de la Comunicación.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, la casa de estudios que me ha forjado profesionalmente y me ha convertido en una mejor persona.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, y al personal docente quienes compartieron sus conocimientos con mi persona.

Al Lic. Luis Pedroza, por su apoyo y dirección de del proyecto de EPS de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación.

A Mis Asesores Licda. Sandra Hernández y Fernando Flores por el tiempo y dedicación e las correcciones de mi proyecto

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO	1
1.1. Objetivos del diagnóstico.....	1
1.1.1. Objetivo General	1
1.1.2. Objetivos Específicos.....	1
1.2. La institución: Compumayoristas Xela	1
1.2.1 Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas	2
1.2.3. Antecedentes o Historia	2
1.2.4. Departamentos o dependencias	3
1.2.5. Misión.....	3
1.2.6. Visión	3
1.2.7. Objetivos Institucionales	3
1.2.8. Público Objetivo	4
1.2.9. Organigrama	4
1.3. Metodología.....	5
1.3.1. Descripción del Método.....	5
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección	5
1.3.3. Cronograma del Diagnóstico.....	7
1.4. Recopilación de datos	8
1.4.1. Gráficas, cuadros e interpretación de los resultados de las encuestas.....	8
1.4.2. Guía de observación	18
1.4.3. Ficha de entrevista.....	19
1.4.4. Resultado de la observación	21

1.5. Radiografía de la institución	22
1.5.1. Fortalezas	22
1.5.2. Oportunidades.....	22
1.5.3. Debilidades	22
1.5.4. Amenazas	22

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN	23
2.1. Antecedentes	23
2.2. Objetivos de comunicación.....	23
2.2.1. Objetivo General	23
2.2.2. Objetivos específicos	23
2.3. Público Objetivo	24
2.4. Mensaje.....	24
2.5. Estrategias	25
2.6. Acciones.....	28

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCION	30
3.1. Proyecto desarrollado	30
3.1.1. Financiamiento.....	30
3.1.2. Presupuesto ejecutado	30
3.1.3 Beneficiarios	31
3.1.4 Recursos humanos	31
3.1.5 Áreas geográficas en acción	31
3.2. Estrategias y acciones desarrolladas	32
3.3. Cronogramas de actividades.....	39
3.4. Control y seguimiento.....	40

CONCLUSIONES	41
---------------------------	-----------

RECOMENDACIONES	42
------------------------------	-----------

GLORARIO DE TÉRMINOS43
BIBLIOGRAFÍA.....44
EGRAFÍA45
ANEXOS46

RESUMEN

Nombre de la Institución: Compumayoristas Xela

Nombre del Proyecto:

Estrategias de Comunicación Interna y Externa para el Departamento de Ventas de la Empresa Compumayoristas Xela

Objetivos del Proyecto

Objetivo General:

- Implementar un plan de comunicación en el área de ventas que permita llevar el control de inventario, información y presentación de los diferentes modelos de computadoras

Objetivos Específicos

- Fortalecer las herramientas de trabajo en el área de ventas
- Promover mensajes de calidad y garantía que fortalezcan aún más la empresa
- Reformar el área de ventas colocando una vitrina que permita exhibir los productos.

Sinopsis

El presente proyecto fue realizado en la empresa Compumayoristas Xela, en el inicio del mismo se precisaron las funciones, objetivos y necesidades de la institución, así como los problemas de comunicación interna y externa. Se presentaron dos tipos de estrategias de comunicación, para fortalecer a la empresa y diferenciarla de la competencia.

Las acciones realizadas durante el proyecto fueron, un manual de ventas Corporativo y un spot publicitario los cuales fueron de mucha utilidad para la empresa.

El manual de ventas corporativo permitió demostrar que tanto la misión como la visión, son fundamentales en el manejo táctico y publicitario de los productos de la empresa. El spot publicitario tuvo como objetivo general demostrar las oportunidades y fortalezas de la empresa frente a sus competidores directos.

INTRODUCCIÓN

La escuela de Ciencias de la Comunicación por medio del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, busca promover proyectos de comunicación, en instituciones que así lo requieran y con ello se ayude a fomentar el desarrollo en nuestra sociedad.

Durante el proceso de investigación y con los instrumentos adecuados, como lo fue el modelo de encuesta, nos permitió conocer el punto de vista del personal de ventas dentro de la empresa Compumayotistas Xela.

De esta manera se determinó crear un plan de comunicación que permita fortalecer el área de ventas, basándose en sus fortalezas como la calidad de los productos, la variedad de los mismos y sobre todo la garantía y respaldo que se ofrece a sus clientes, por medio de spot publicitarios en lo externo, en lo interno se tendrá un catálogo de productos que permita tener de manera más exacta la información requerida de los productos de la empresa.

JUSTIFICACIÓN

El plan de comunicación se realizó por parte del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, y tuvo la necesidad de conocer el funcionamiento del departamento de ventas dentro de la empresa Compumayotistas Xela. Conocer los procesos y funcionamiento fue vital para poder desarrollar el plan que traerá los beneficios necesarios que permitan que el departamento de ventas tenga un mejor resultado.

El Diagnóstico que se realizó detectó que es importante proyectar los beneficios que tiene la empresa y lo hace diferente ante la competencia, para el personal de ventas ser muy importante contar con material publicitario que respalde estos valores. Internamente la creación de material de apoyo informativo de los productos, mejorará la forma de presentación del producto a los clientes.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1 Objetivos del Diagnóstico

1.1.1 Objetivo General

- Elaborar una estrategia de comunicación en el departamento de ventas de la empresa compumayoristas xela que permita tener acceso inmediato, de los modelos y cantidades que están disponibles para la venta así como las características de cada modelo.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Verificar los problemas dentro del departamento de ventas en el manejo de inventario y apoyo de material de consulta.
- Determinar los hábitos de los vendedores y la forma de presentar los productos al cliente dentro de la tienda.

1.2. La Institución:

Compumayoristas Xela

1.2.1 Ubicación Geográfica

Super Com delco Av. Las Américas 9-50 Zona 3 Quetzaltenango

1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas

La Empresa Compumayoristas Xela, es sucursal de la empresas hermanas de la ciudad capital de Guatemala. La cual se maneja con su propio capital, que le permite hacer su publicidad por medio de los diferentes medios de comunicación, como también llevar su propia administración e inventario.

1.2.3 Antecedentes o Historia

Compumayoristas Xela es una empresa que se dedica a la importación y venta de computadoras tanto de escritorio como portátiles, siendo Estados Unidos su mayor proveedor de equipo. La apertura en el departamento de Quetzaltenango; la segunda ciudad más importante de Guatemala fue en octubre de 2017, seguido de las fiestas patrias de ese mismo año.

El motivo de la sucursal en este departamento es para poder atender a sus clientes del área sur occidente del país y poder cubrir pedidos y garantías en un tiempo justo.

Compumayoristas, cuenta con el respaldo de las de más de 15 años de experiencia en el campo de la importación y distribución de sus computadoras manejando marcas prestigiosas como DELL y HP. Debido a su constante crecimiento cuenta ya con más de 5 tiendas en diferentes zonas del país que pertenecen a la corporación.

Su primera tienda departamental es Compumayoristas Xela, la cual es su escaso primer año tuvo una muy buena aceptación en el mercado sur occidente.

1.2.4 Departamentos

Departamento	Dependencia
Compúmayotistas xela	Directorio
Gerencia Regional	Directorio
Gerencia de Tienda	Gerencia Regional
Ventas	Gerencia de Tienda
Bodega Local Quetzaltenango	Bodega Central Guatemala

1.2.5 Misión

Compumayoristas Xela, es una empresa dirigida a la importación y venta de computadoras de calidad grado A, con altos estándares de selección y manejo de importación. Por lo que busca que sus distribuidores y clientes finales reciban un producto de calidad y garantizado.

1.2.6 Visión

Ser una empresa altamente competitiva en el mercado de tecnología, sin descuidar de sus valores y ética hacia la competencia. La eficacia, desempeño y experiencia será vitales para llegar a los demás departamentos del país y a más entidades educativas y empresariales que necesiten nuestras computadoras.

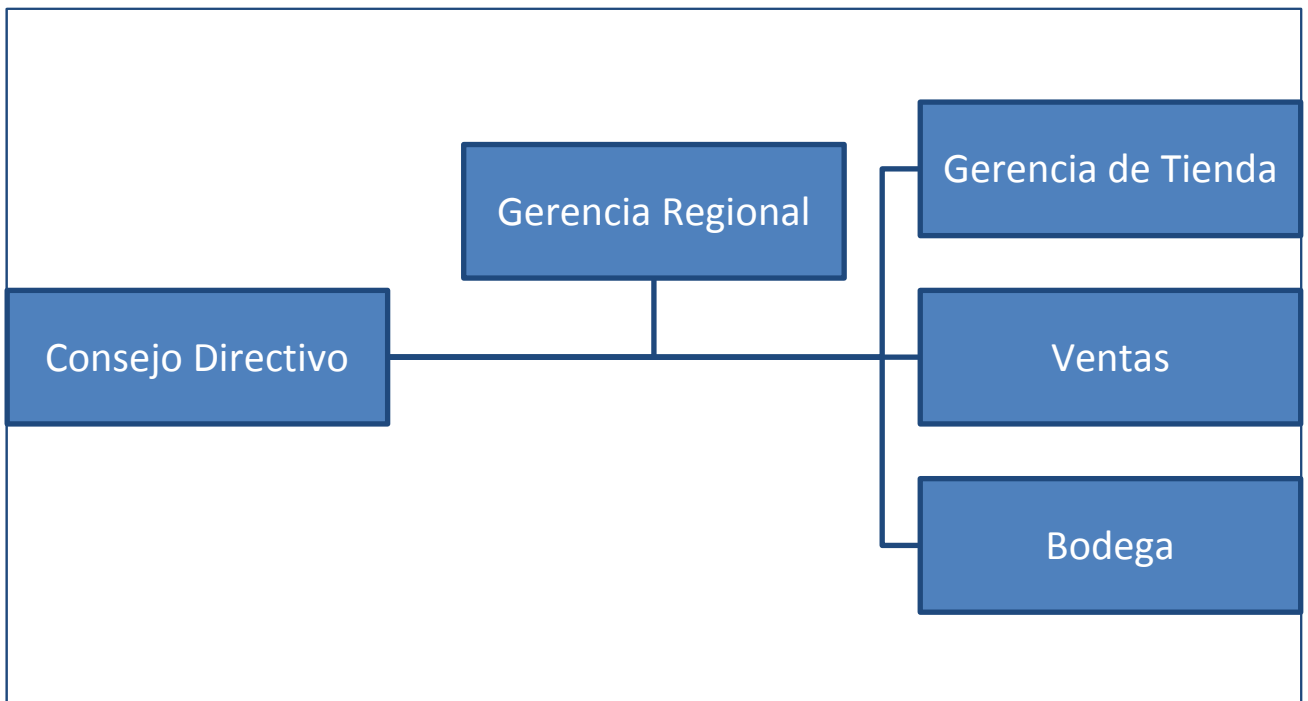
1.2.7 Objetivos Institucionales

- Formar distribuidores y así crear también fuentes de trabajo que hagan crecer a la corporación.
- Crear más sucursales para cubrir diferentes partes del país y con ello fortalecer la empresa, y su imagen ante su grupo objetivo y competencia.
- Apoyar escuelas e instituciones por medio de obras sociales que implementa la empresa.

1.2.8 Publico Objetivo

El grupo objetivo está conformado por estudiantes y profesionales en de todo nivel, padres de familia, instituciones educativas, empresas, hombres y mujeres que necesiten una computadora o incrementar sus laboratorios.

1.2.9 Organigrama.



Fuente: Consejo Directivo Compumayoristas Xela

1.3. Metodología

1.3.1 Descripción del Método

Mixto

Se utilizó este método, para poder evaluar de mejor manera los departamentos de la empresa y así poder asesorar de la mejor manera con un plan de comunicación adecuada al problema que se suscite.

Los métodos mixtos, son multimetodicos, representan la tercera vía. Diseños de interacción,(Siampieri H:2006)

Tener ambos métodos, cualitativo y cuantitativo, permitirá que las técnicas de observación y encuesta sean el mejor medio para llegar con los involucrados de cada área y así tener una perspectiva general de la empresa.

1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Observación

Es una técnica que consiste en observar directamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. (San Juan, Lidia: 2010)

Encuesta

Es un procedimiento dentro de la metodología de la investigación descriptiva, donde el investigador recopila los datos por medio de un cuestionario previamente diseñado. Los

datos se obtienen por una serie de preguntas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de población estadístico.(Kerlinger F :1997)

La encuesta es la técnica mediante la cual se adquiere información de un grupo de la población, a la que se le denomina muestra. Consiste en indagar o interrogar a determinadas personas, a través de un cuestionario previamente preparado, calificado y sometido a prueba, según los particulares objetivos que interesan alcanzar a través de esta técnica (Piñola:2011).

El tipo de encuesta que se utilizó en el diagnóstico fue de respuesta cerrada, esta se realiza mediante preguntas que no necesitan ser explicadas, la ventaja es que permite tener un control sobre las preguntas, el problema es que las respuestas a veces de los entrevistados no se encuentran disponibles y no se puede profundizar en el tema.

1.3.3 Cronograma del Diagnóstico

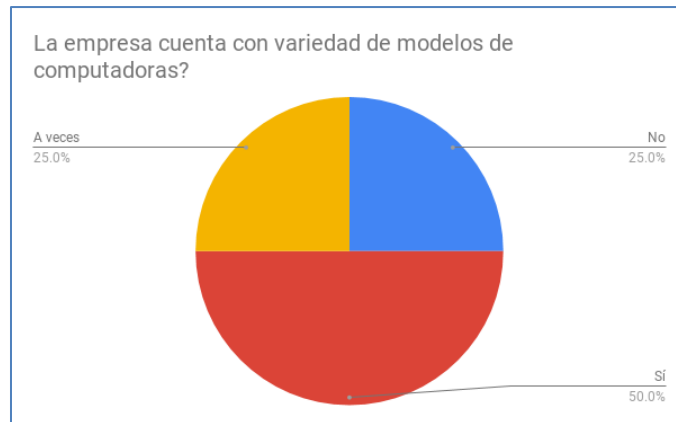
Mes	Enero				Febrero			
Actividad	1	2	3	4	1	2	3	4
Reunión de Acercamiento con junta directiva								
Presentación del Diagnóstico y los posibles beneficios que se pueden obtener al descubrir la problemática comunicacional								
Metodología a realizar con el personal de la empresa								
Realización de encuestas con preguntas claves para obtener la información necesaria								
Entrega de encuestas al personal que labora en la empresa								
Tabulación de encuestas								
Seguimiento del diagnóstico								
Entrega del Diagnóstico								

www. https://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_Gantt recopilado el 16 de febrero de 2018.

1.4 Recopilación de Datos

1.4.1 Gráficas, cuadros e interpretación del resultado de las encuestas

GRÁFICA 1



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: En la gráfica se puede observar que según los empleados encuestados la empresa maneja en gran parte variedad de modelos, un 25% únicamente dice no ser de esta forma

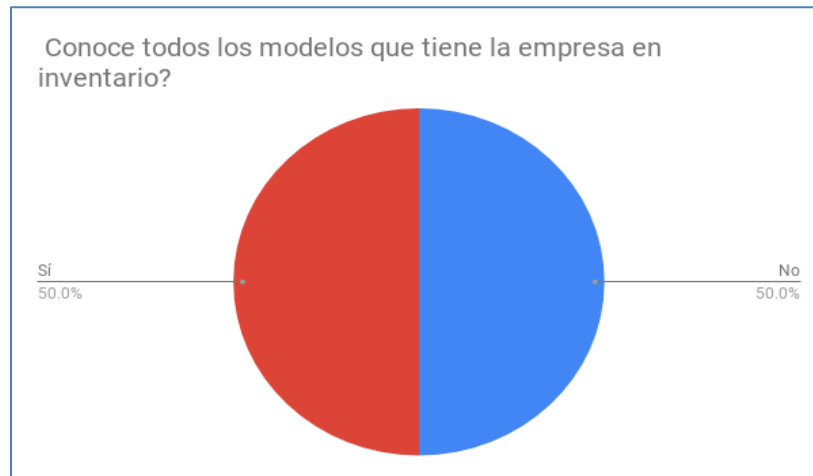
GRÁFICA 2



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: el 50% considera que sí está apropiada para exhibir productos, el otro 50% dice lo contrario, por lo que podemos interpretar que el otro 50% puede no conocer su área de trabajo, y/o no conozca los productos de exhibición dentro de la tienda.

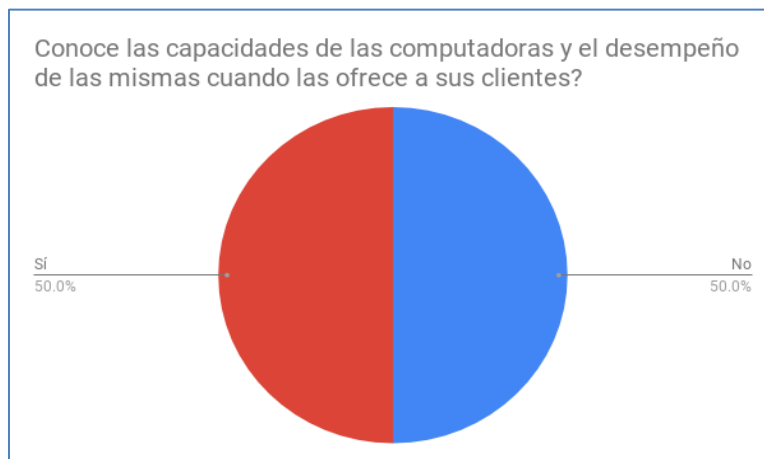
GRÁFICA 3



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: Se puede observar que no todos conocen los modelos que maneja la empresa. Lo que muestra la comunicación que repercute en las ventas que se pierden por el desconocimiento del mismo.

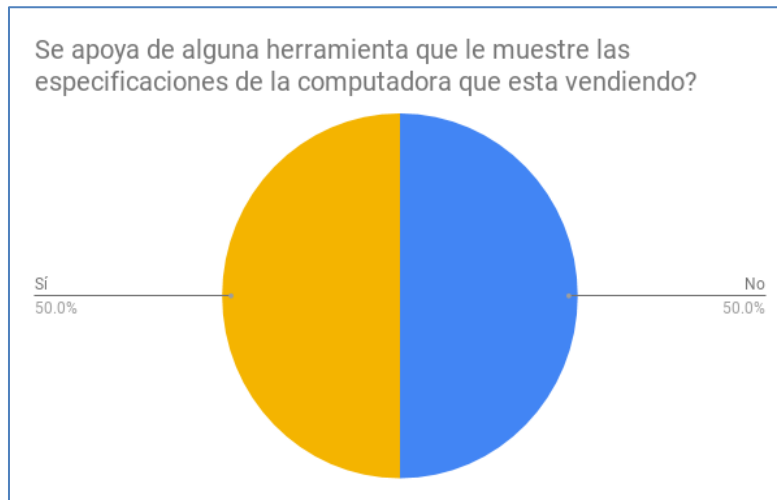
GRÁFICA 4



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: Se observa que de los encuestados un 50% no conoce las capacidades de los modelos de las computadoras, lo que nos muestra que hace falta una herramienta de apoyo.

GRÁFICA 5



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: se muestra que la mitad del departamento de ventas utiliza material de apoyo y la otra mitad no utiliza material de apoyo, lo que denota que no todos van por el mismo rumbo.

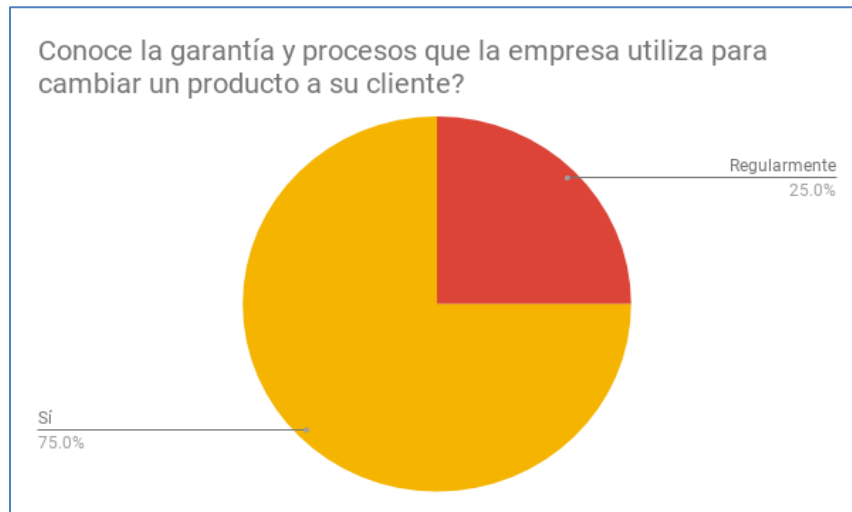
GRÁFICA 6



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: el 75% conoce los medios de comunicación que utiliza la empresa, lo que muestra que si tratan de estar al día con la información y publicidad de la empresa.

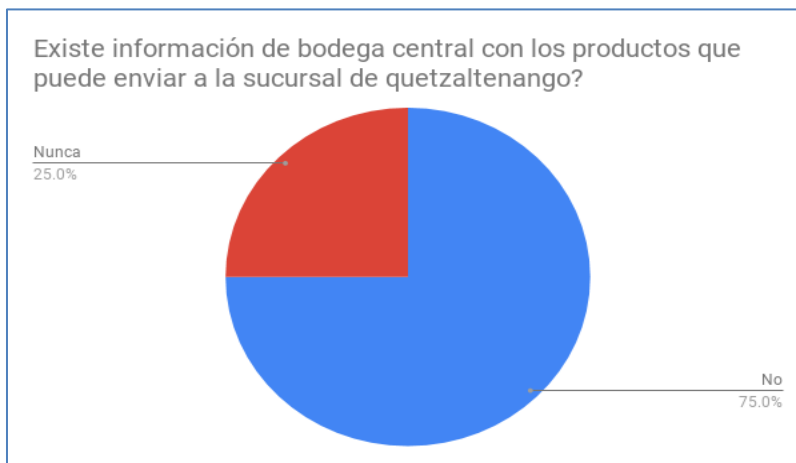
GRÁFICA 7



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: el 75% conoce los términos de garantía, lo que muestra que en su mayoría conocen el respaldo que muestra la empresa a sus clientes.

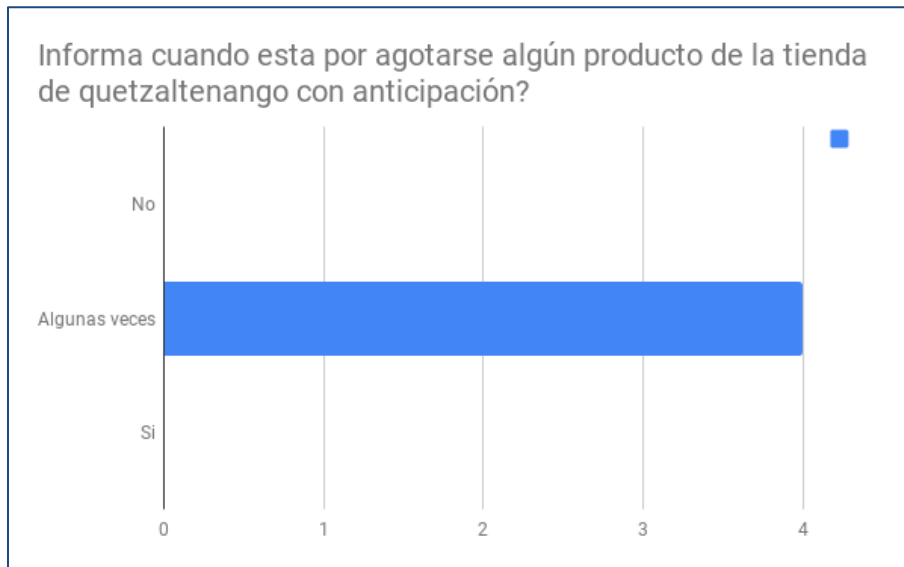
GRÁFICA 8



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: La gráfica muestra que no existe comunicación, o que es nula en su totalidad para conocer el ingreso de mercadería la misma que se puede ofrecer en la sucursal.

GRÁFICA 9



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: En esta gráfica se muestra que el 100% algunas veces informa, lo que también no existe una retroalimentación de ventas hacia bodega central.

GRÁFICA 10



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: Únicamente el 25% sabe cómo se trabaja la Publicidad en Facebook, y como segmentarla, porque siendo una herramienta tan importante hoy en día, es vital que los empleados se relaciones más con esta herramienta.

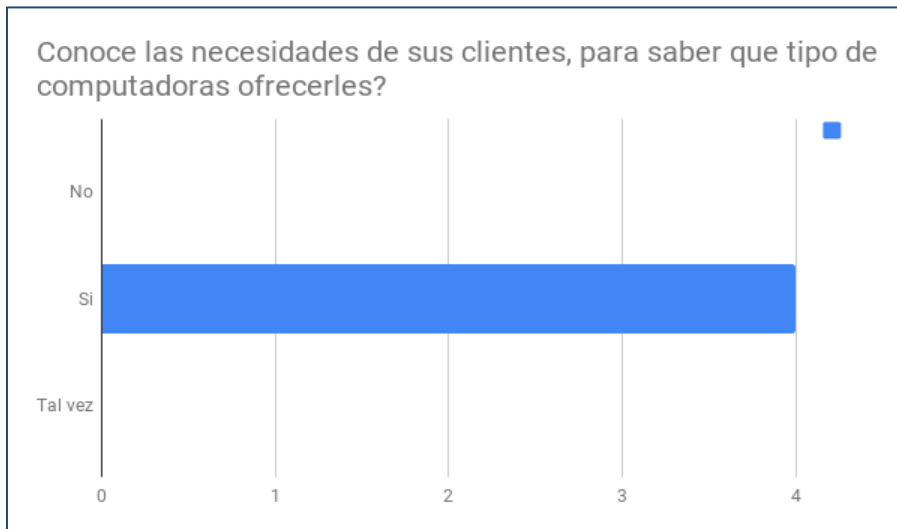
GRAFICA 11



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: Sólo un 25% no participa en la publicidad de la empresa, eso muestra que la mayoría busca como participar en la elaboración de las campañas de publicidad.

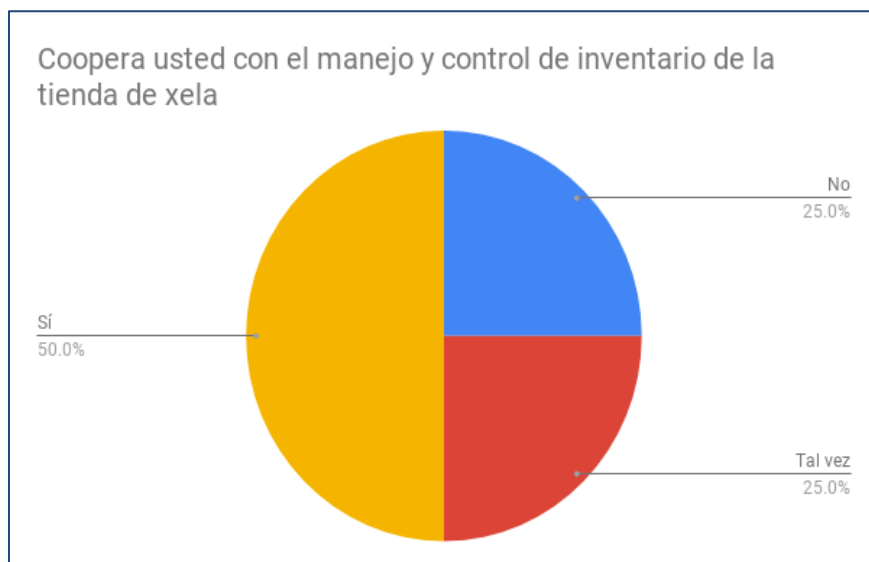
GRÁFICA 12



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: Esta gráfica muestra en su totalidad, que la fuerza de ventas si conoce las necesidades de sus clientes, pero la falta de conocimiento en ciertas herramientas de comunicación impiden un buen trabajo en su totalidad.

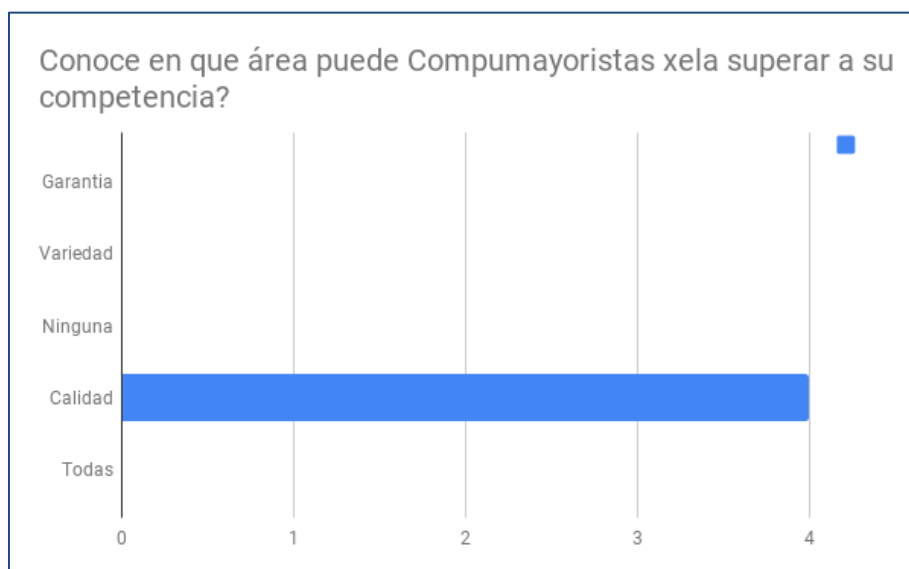
GRÁFICA 13



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: Sólo un 25% no entrega reporte de ventas diario, que permita llevar un mejor control de inventario.

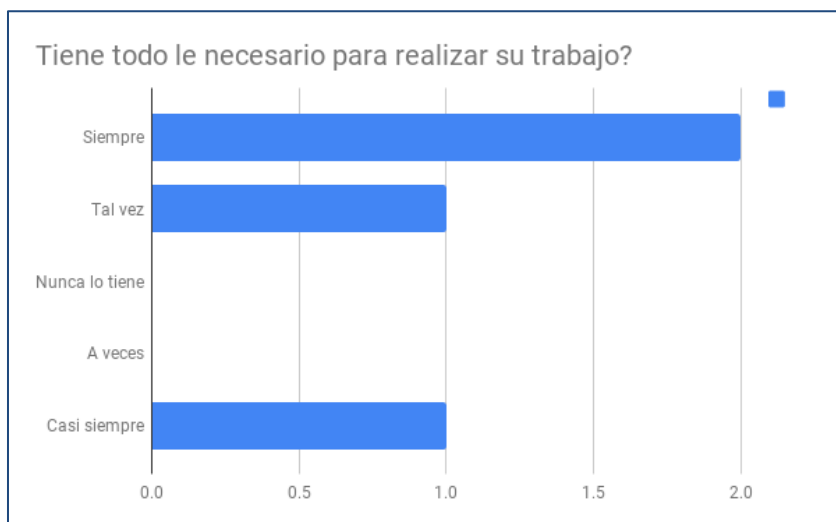
GRÁFICA 14



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: Todos coinciden en que la calidad de los productos de la empresa son mejores que la competencia, lo que evidencia un gran respaldo hacia los clientes y un gran compromiso de la empresa en importar productos de calidad.

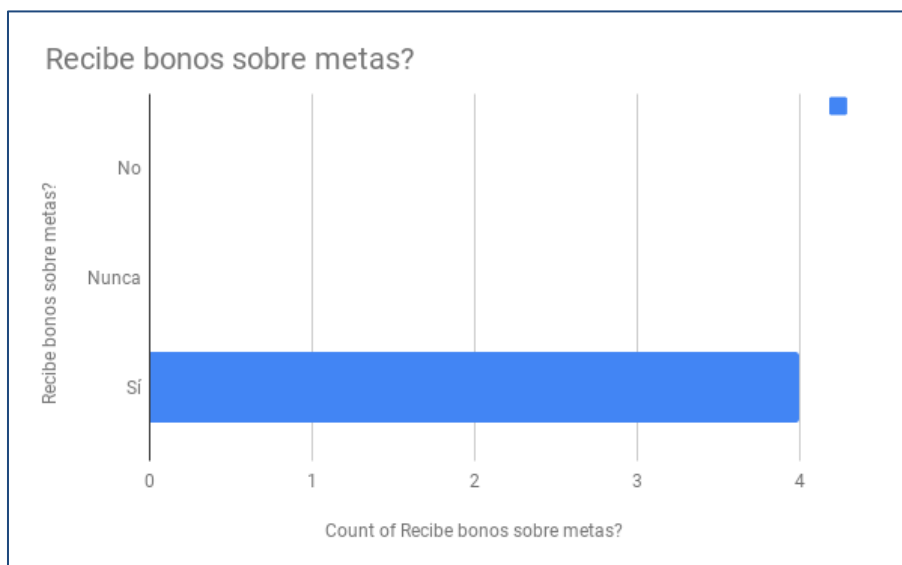
GRÁFICA 15



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: Esta gráfica muestra que siempre y casi siempre en su mayoría tienen todo para realizar su trabajo, un escaso porcentaje muestra que tal vez tiene todo para trabajar.

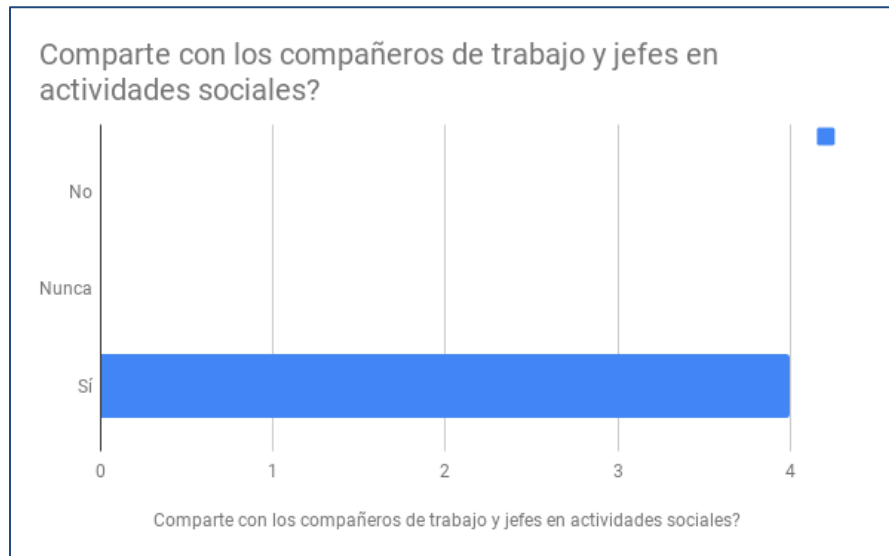
GRÁFICA 16



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: Esta gráfica muestra como el 100% del departamento de ventas recibe bonos por cumplimiento de metas, esto refleja en la liquidez e incentivos que la empresa otorga a sus empleados.

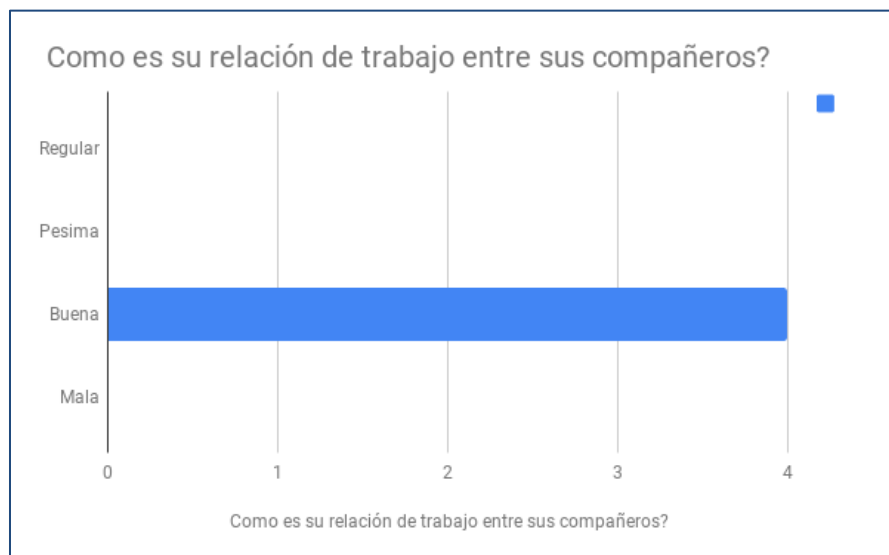
GRÁFICA 17



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: En esta gráfica se muestra que existe una excelente relación laboral dentro de la empresa, entre gerentes y personal laboral.

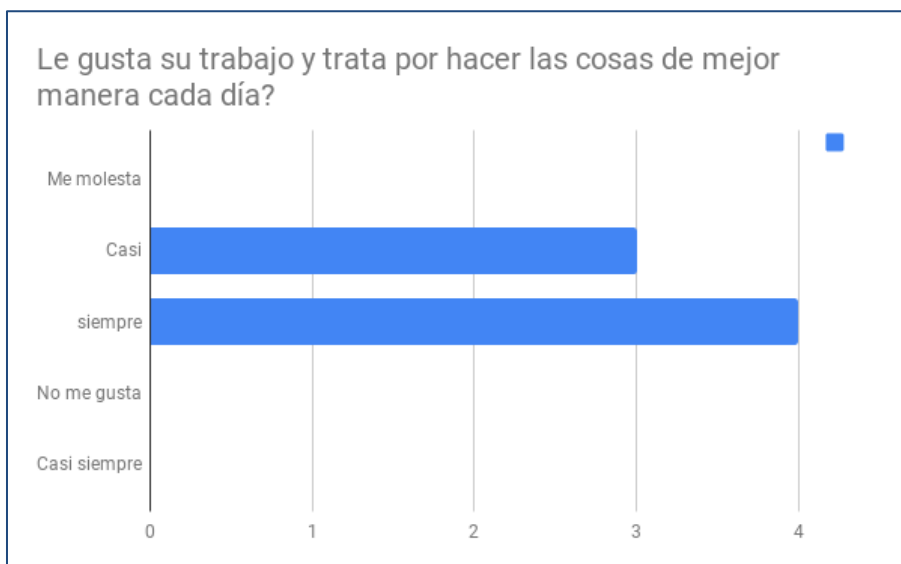
GRÁFICA 18



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: La relación laboral es indispensable en cualquier trabajo y en esta gráfica muestra que dentro la empresa existe un excelente clima laboral.

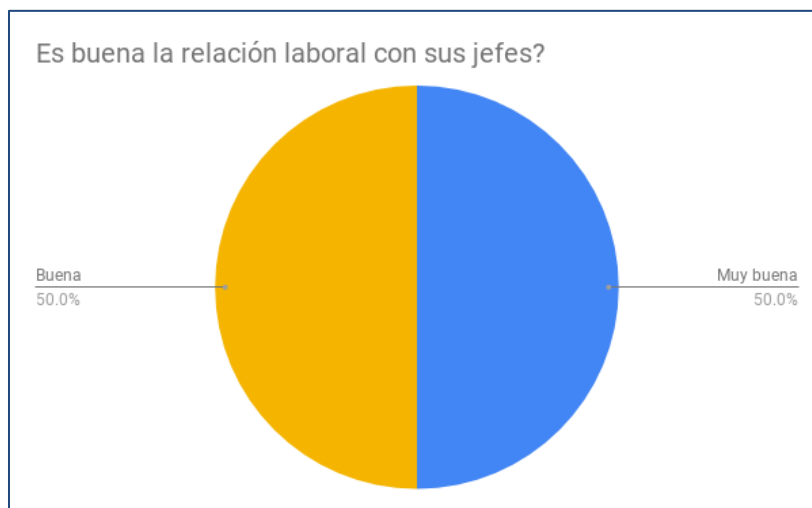
GRÁFICA 19



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: Todos coinciden que les gusta su trabajo y tratan de hacerlo mejor cada día, lo que denota una buena motivación para estar dentro de la empresa.

GRÁFICA 20



Fuente: Epesista Alexis Méndez Cerón

Interpretación: La relación entre personal laboral y superiores es buena y muy buena como comentan los encuestados en el departamento de venta.

1.4.2 Guía de Observación

Fecha:	Quetzaltenango, 15 de febrero de 2018
Lugar:	Compumayoristas Xela
Tiempo	2 horas cada acercamiento, con el personal de la empresa
Duración:	Del 15 al 21 de febrero de 2018
Resultado	<p>El observador tuvo acercamientos diarios durante dicho periodo, llegando a los diferentes puntos importantes donde los observados tienen acceso y son parte fundamental del proceso.</p> <p>El área de bodega se encontró, espacios desaprovechados y sin rotulaciones. La sala de ventas se encontró muy bien equipada pero sin herramienta de información de los productos.</p> <p>En uno de los acercamientos se platicó con la Gerente de Tienda, Sra. Nataly Pérez quien comento de manera oportuna sobre lo que carecen en los departamentos de bodega y ventas.</p> <p>De esta manera el observador en el siguiente acercamiento decide reunirse con el personal, para platicarles de la finalidad del proyecto a realizar por parte del Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en la Empresa, con el fin de que ellos participen y aprovechen los acercamientos y puedan exteriorizar sus necesidades.</p> <p>De esta manera el observador decide el que el proceso a seguir en el método de recolección de datos será la encuesta, por lo que en la última reunión se les pasa dicho instrumento con el propósito de tener un mejor diagnóstico del problema de comunicación interna en dicha Empresa.</p>

1.4.3 Ficha de Entrevista



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



A continuación se le presentará una serie de preguntas relacionadas al manejo de la información, calidad, inventario y satisfacción

laboral dentro de la empresa Compumayoristas Si no a veces regular nunca
 Xela en el departamento de Ventas.

1	¿la empresa cuenta con variedad de modelos de computadoras?					
2	¿La infraestructura de la sala de ventas es la ideal para exhibir las computadoras?					
3	¿Conoce todos los modelos que tiene la empresa en inventario?					
4	¿Conoce las capacidades de las computadoras y el desempeño de las mismas cuando las ofrece sus clientes					
5	¿Se apoya de alguna herramienta que le muestre las especificaciones de la computadora que está vendiendo?					
6	¿conoce los medios de comunicación que utiliza la empresa para anunciar sus productos?					
7	¿Conoce la garantía y procesos que la empresa utiliza para cambiar un producto a su cliente?					
8	¿Existe información de bodega central con los productos que puede enviar a la sucursal de Quetzaltenango?					



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



A continuación se le presentará una serie de preguntas relacionadas al manejo de la información, calidad, inventario y satisfacción laboral dentro de la empresa Compumayoristas Xela en el departamento de Ventas.

Si no a veces regular nunca

9	¿Usted Informa cuando está por agotarse algún producto de la tienda de Quetzaltenango con anticipación?					
10	¿Conoce la publicidad que se trabaja en Facebook?					
11	Participa Usted en la Publicidad que se realiza en Facebook?					
12	Conoce las necesidades de su clientes, para saber qué tipo de computadoras ofrecerles?					
13	Coopera usted con el manejo y control del inventario de la tienda de xela?					
14	Conoce en que área puede Compumayoristas Xela superar a su competencia?	Variedad calidad garantía todas ninguna				
15	¿Tiene todo lo necesario para realizar su trabajo?	Siempre casi S. a veces nunca tal vez				
16	¿Recibe bonos sobre metas?					



A continuación se le presentará una serie de preguntas relacionadas al manejo de la información, calidad, inventario y satisfacción laboral dentro de la empresa

Compumayoristas Xela en el departamento de
 Si no a veces regular nunca

17	¿Comparte con los compañeros de trabajo y jefes en actividades sociales?					
18	¿Cómo es su relación entre sus compañeros?	Buena	mala	regular	indiferente	mala
19	¿Le gusta Su trabajo y trata por hacer las cosas de mejor manera cada día?	Siempre	casi s.	no gusta	molesta	a veces
20	¿Es buena la relación laboral con sus jefes?	Buena	M. buena	regular	mala	pésima

1.4.4 Resultado de observación

Se realizaron tres visitas durante el desarrollo del diagnóstico a la empresa Compumayoristas Xela en el departamento de ventas, con el propósito de observar los proceso que actualmente realización en el manejo de inventario y demostración de los diferentes modelos de computadoras, se detectaron problemas de comunicación, por lo cual se decidió realizar una encuesta para investigar el conocimiento del manejo de información que deben tener como parte de sus funciones de ventas.

1.5. RADIOGRAFIA DE LA INSTITUCIÓN

1.5.1. Fortaleza

- Buena relación laboral a todo dentro del departamento de ventas de Xela.
- El personal está satisfecho por los incentivos que la empresa otorga por metas.
- Al personal le gusta su trabajo y trata de hacerlo mejor cada día.
- el personal cuenta casi siempre con todo lo necesario para realizar su trabajo.
- Existen actividades sociales entres empleados y jefes.

1.5.2. Oportunidades

- La empresa se diferencia de la competencia por la calidad de sus productos.
- La garantía que se ofrece da un respaldo a la empresa y satisfacción al cliente.

1.5.3. Debilidades

- No existe comunicación permanente entre departamento de ventas y bodega.
- No se cuenta con herramientas de información de modelos de máquinas
- Se necesita mejorar en el manejo de redes sociales
- Los actuales canales de información no son los adecuados.
- Falta de herramientas para mejorar los proceso de venta
- Se necesita apoyo visual en la tienda.

1.5.4. Amenazas

- Falta de interés en manejo de inventario.
- Falta de interés para adecuarse a los medios sociales.
- Falta de aprovechamiento de los recursos

CAPITULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1 Antecedente de Comunicación

Dentro del departamento de ventas de la empresa Compumayoristas Xela no se han realizado estudios, ni proyectos de comunicación, debido que la sucursal tiene un año de haberse iniciado operaciones en el área suroccidente del país, directamente en Quetzaltenango. De esta manera por medio del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura se realizó un diagnostico comunicacional en dicho departamento, para evaluar si los procesos de comunicación que utilizan actualmente son los más adecuados.

2.2 Objetivos de Comunicación

2.2.1 Objetivo General

- Implementar un plan de comunicación en el área de ventas que permita llevar el control de inventario, información y presentación de los diferentes modelos de computadoras.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Fortalecer las herramientas de trabajo en el área de ventas
- Promover mensajes de calidad y garantía que fortalezcan aún más la empresa
- Reformar el área de ventas colocando una vitrina que permita exhibir los productos.

2.3 Público Objetivo

Geográficos: Región: Área sur occidente del País.

Demográficos: Clase Social: Baja, Media Baja, Media

Edad: de 18 a 50 Años

Género: Masculino y Femenino

2.4 Mensaje

El slogan dentro de la empresa es Calidad cual resume las fortalezas de la empresa y que separa de la competencia. Al existir varias empresas de ventas de computadoras en el país, Compumayoristas Xela se enfoca en cubrir las necesidades de sus clientes teniendo variedad, la calidad de sus productos, por la experiencia en la importación de los mismos y la garantía, de las tres la que muestra la credibilidad y respaldo que la empresa muestra en la posventa.

Mensaje del Plan de comunicación:

**Ven y comprueba la experiencia Compumayoristas xela,
Somos Calidad Variedad Y Garantía.!!!**

2.5 Estrategias

Se realizaran 2 tipos de estrategias; Plan de medios y Plan de Comunicación Interna y Externa

- Crear un Cartapacio Corporativo de la empresa donde describa los procesos de importación, logística y garantía de los diferentes modelos de computadoras (comunicación interna y externa)

Servirá de herramienta básica para el personal de ventas, de esta manera podrán mostrarle al cliente los diferentes modelos y capacidades de las computadoras que se manejan en sala de ventas, así como también llevar un inventario en tiempo real y fácil.

Este Cartapacio llevara fotografías de los productos y descripciones del mismo, como también un espacio donde diariamente se desglosa un reporte de ventas, con ello cada asesor contara con un catálogo impreso que le permitirá un mejor manejo de información e inventario.

Plan de Medios Visuales y Redes Sociales

- Producir un spot para TV y Medios Sociales

Dirigido a nuestro grupo objetivo, con el fin de reafirmar la Marca, transmitiendo confianza y liderazgo. Esto se lograra por medio de un personaje (modelo femenino) que transmita los mismos ideales del consumidor. El mensaje que se desea transmitir es un asesoramiento al momento de la compra, sin importar donde lo hagan, lo importante es dejar en claro lo que la empresa ofrece al momento de la compra, llevara como parte fundamental es slogan somos calidad variedad y garantía!!!

Localidad	plano	imagen	Sonido	texto	Tiempo
Escena 1: Sala de ventas de compumayoristas xela.	Plano 1	Plano medio, grabando a la modelo camina despacio de frente con carácter y decisión transmitiendo confianza	Música de fondo	Presentadora; Hola Amigos, el día de hoy quiero darte 3 consejos al momento de que compres tu computadora.	6seg
Ecena 2	Plano2	La modelo camina mas hacia la cámara demostrando seguridad en cada consejo	Música de fondo	Consejo # 1: no recibas monitores con manchas	6seg
Escena 3	Plano 3	La modelo nuevamente camina hacia el frente dejando atrás el consejo anterior	Música de fondo	Consejo #2 ; revisa la tarjeta madre que no tenga sarro ni oxido	6seg
Escena 4	Plano 4	La modelo se acerca al último consejo y pone más énfasis y suaviza la voz	Música de fondo	Consejo # 3 Que el CPU no te lo vendan pintado ya que están cubriendo el mas estado del mismo	6seg
Escena 5	Plano 5	Llega lo más cerca de la cámara y queda la toma de la cintura hacia el rostro	Música de fondo	Cierra los consejos con el slogan; así que ya sabes compra seguro compra en compumayotistas xela , somos variedad calidad y garantía.	6seg

Medio Impreso

Manual Corporativo impreso, se propone con la finalidad de tener una herramienta de fácil acceso que de soporte al área de ventas y confianza al cliente al momento de tener un acercamiento en la tienda.

El manual llevara el siguiente contenido:

Tema	Contenido
Presentación de la Empresa	Quienes Somos, Visión, Misión
Manejo y Selección de importaciones	Como se selecciona la mercadería y los medios de importación
Ingreso a Bodega Local	Inventario y control de calidad
Modelos de computadoras de escritorio	Fotografías de los modelos como también las características de las mismas
Modelo de computadoras portátiles	Fotografías de los modelos como también las características de las mismas
Manejo de Garantías	Procesos para verificación garantía y aplicación de la misma
Técnicas para contestar por teléfono	maneras fáciles de atender al cliente y mostrar una buena atención
Técnicas rápidas para cerrar una venta	Maneras prácticas de enfrentar al cliente y que vea las bondades del producto
Seguimiento Post Venta	Un seguimiento después de la venta es la mejor manera de conservar al cliente

2.6 Acciones de Comunicación

Acción 1

A qué estrategia Corresponde la Acción	Crear un Manual de Ventas Corporativo
Problema	No existe una herramienta que les permita tener un mayor respaldo a la hora de estar con el cliente y dar a conocer el producto
Producto	Manual Corporativo
Objetivo Comunicacional	Que el Manual Corporativo proporcione un respaldo al personal de ventas al momento de estar con el cliente final.
Tipo de Mensaje	Institucional
Público Objetivo	Personal del área de ventas
Medio de Difusión	Impreso

Acción 2

A qué estrategia corresponde la acción	Realizar un spot de T.V
Problema	No existe publicidad por este medio, que reafirme el slogan de la Empresa
Producto	Spot de 30 Seg T.V
Objetivo Comunicacional	Tener Presencia a nivel suroccidente
Tipo de mensaje	Refuerzo de imagen
Público Objetivo	Región Suroccidente
Medio de Difusión	T.V

CAPITULO III

3. INFORME DE EJECUCION

3.1 Proyecto Desarrollado

Estrategia de comunicación interna y externa para divulgar las fortalezas de los productos en el departamento de ventas de la Empresa Compumayoristas Xela.

3.1.1 Financiamiento

Gastos fueron asumidos por la Empresa Compumayotistas Xela, en la parte de ejecución y en la parte de asesoramiento el Epsista contribuyo con los honorarios de asesoramiento.

3.1.2 Presupuesto

Cantidad	Detalle	Precio Unitario	Total	Financiamiento
1	Edición Spot	Q.1,100	Q.1,100	Compumayoristas Xela
1	Modelo	Q.1,500	Q.1500	Compumayoristas Xela
5	Manuales corporativos	Q.145	Q.725	Compumayoristas Xela
1	Construcción de vitrina en sala de ventas	Q.3,800	Q.3,800	Compumayoristas xela
1	Asesoría de Comunicación	Q.6,000	Q.6,000	Epesista/ Alexis Mendez
Total			Q.13,125	

Integrado

Integrado de Gastos	
Financiamiento	Monto
Epesista/ Alexis Mendez	Q.6,000.00
Compumayoristas Xela	Q.7,125.00

3.1.3 Beneficiarios

Beneficiarios	Beneficio
Beneficiario Primario	
Personal de Ventas	Con la elaboración del manual de ventas
Beneficiario Secundario	
Clientes de la Empresa	Con las bondades proyectadas en el spot de T.V.

3.1.4 Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Nataly López	Gerente de Tienda	Asesoría y apoyo en la elaboración del manual de ventas.
Carlos Días	Asesor de Ventas	Apoyo en el tema de los diferentes modelos de computadoras de la empresa
Indira López	Asesora de ventas	Apoyo en los diferentes medios de ventas.

3.1.5 Área Geográfica de Acción

El plan de Comunicación pertenece a la Empresa Compumayotistas Xela, ubicada en el área de Quetzaltenango en la siguiente dirección. Centro Comercial Super Com Delco Ave. Las Americas 9-50 Zona 3

3.2 Estrategia y Acciones Desarrolladas

Estrategia #1 : Crear un plan de comunicación interna y externa en el área de ventas de la empresa Compumayoristas Xela.

Objetivo: Que el personal del área de ventas de la empresa compumayoristas xela tenga una herramienta con la información necesaria que le ayude a realizar mejor su trabajo y por ende se refleje en el incremento de ventas.

Descripción : Manual de Ventas e imagen corporativa de la empresa Compumayoristas Xela.

Acciones Desarrolladas:

- Acción 1 (Elaboración de Manual)
- Acción 2 (Diagramación del Manual)
- Acción 3 (Presentación del Manual Ventas)



Portada y contraportada del Manual Corporativo, Compumayoristas Xela.

VISION

Ser reconocidos como la empresa líder, en venta de computadoras seminuevas.

MISION

Importar y distribuir computadoras seminuevas de calidad a todo el país, a un precio justo y con una garantía real.

INFORMACIÓN FRESCA

Antes de sacar una promoción al público, recuerda que tus clientes se identificaron contigo y les gustará que antes de sacar la promoción se la comuniqués a ellos primero.

PERSONALIZAR LA OFERTA

Un envío de correo felicitando por su cumpleaños, acompañado de un descuento, hará que el cliente lo valore y piense nuevamente en comprar en la empresa porque el es especial..

Contenido Interno del Manual Corporativo de Compumayoristas Xela.

SEGUIMIENTO POST-VENTA

CLIENTE + **RELACION LABORAL ESTRECHA Y UN EXCELENTE SERVICIO** = **FIDELIZACIÓN**

“ Un seguimiento después de la venta es la mejor manera de conservar al cliente. ”

SER UN ASCESOR ESPECIALIZADO EN EL CLIENTE

No olvides que tú conoces a tu cliente, debes mantener una relación laboral estrecha con él. Saber a qué se dedica así como también que es lo que le gusta en cuanto a los productos que ofreces. Una llamada post-venta, genera aún más una fidelidad del cliente a la empresa, si el producto no salió como el esperaba hay una oportunidad de resolverlo, si salió mejor aún de lo que él esperaba hay aún más probabilidades de venderle nuevamente.

SELECCIÓN Y MANEJO DE IMPORTACIONES

Todas las computadoras que ingresan a nuestras bodegas, son importadas desde Estados Unidos.

La selección de las computadoras, se realiza con un tiempo aproximado de 60 días lo que permite tener el tiempo suficiente para revisarlas y probarlas en lugar de origen, verificar funcionamiento y que los estándares de calidad sean los óptimos para ser importadas.

Las computadoras que son seleccionadas para la importación, llevan un proceso de verificación interna, es decir que todos sus componentes internos son ensamblados de fábrica y funcionando perfectamente.

Cuando las paletas de computadoras están listas y embaladas, se procede a enviar el contenedor a la bodega de origen, para su delicado acomodamiento y ser trasladadas al destino solicitado Guatemala.

Contenido Interno del Manual Corporativo de Compumayoristas Xela.

INGRESO A BODEGA LOCAL

INVENTARIO Y CONTROL DE CALIDAD

Cuando llega el contenedor al puerto de Guatemala, se realizan los preparativos de descarga y trámites aduanales correspondientes. El personal de bodega recibe la lista del producto que viene dentro del contenedor, para tener listos los espacios para realizar la descarga y acomodarla adecuadamente en la bodega más próxima.

Luego de recibir y acomodar la mercadería, viene el proceso de verificación y funcionamiento de cada máquina, tanto del CPU como el Monitor. De esta manera se constata que lo seleccionado en las bodegas de estados unidos cumpla con los estándares que se necesitan para la venta.

3. LLAMAR A LAS PERSONAS POR SU NOMBRE.
Debes presentarte y llamarle al cliente por su nombre, eso lo relaja y siente que le pones atención a su necesidad.

4. MANTÉN UNA BUENA PRESENTACIÓN.
Es importante que el cliente perciba de ti, un asesor importante, que conoce y transmite empatía, el cliente observa como estas vestido y en que tono le hablas.

5. CONECTA CON EL CLIENTE.
En un intermedio de la presentación, puedes decirle que frío está haciendo, si está con su hijo, referirte a él y preguntale como se llama en qué grado esta. Eso denota interés en la persona no en el cliente, eso hará click en el y te pondrá más atención

Contenido Interno del Manual Corporativo de Compumayoristas Xela.

TÉCNICAS RÁPIDAS PARA CERRAR UNA VENTA

Maneras prácticas de enfrentar al cliente y que vea las bondades del producto.

1. ENCONTRAR LA NECESIDAD DEL CLIENTE.

Investigar lo que el cliente desea en los primeros 30 segundos de la llamada es esencial ya que él no se molestara se sentirá que conoces el tema, hacerle preguntas al cliente cuando sepas lo que necesita te tendrá confianza y te dará la seguridad de ofrecerle lo que realmente necesita.

2. CONOCER EL VALOR AGREGADO DE TU PRODUCTO.

Debes mostrarle lo que te hace diferente a los demás. Si es la calidad del producto o la garantía que le ofreces. El cliente necesita escuchar eso, que le aseguren que está comprando algo que es bueno y le va a durar.

MODELOS DE COMPUTADORAS DE ESCRITORIO

Manejamos diferentes modelos de computadoras de escritorio, desde core2do hasta core i7 en diferentes generaciones todas en Grado A. Las marcas que manejamos son HP y DELL, cada procesador se ajusta a una necesidad. Trabajamos con centros educativos, empresas, internets y call centers.

Contenido Interno del Manual Corporativo de Compumayoristas Xela.

MODELOS DE COMPUTADORAS PORTÁTILES

Nuestras portátiles son altamente resistentes, su estructura física denota su calidad y desempeño. Tenemos en procesadores i3, i5 e i7 de igual manera en diferentes generaciones. Son evaluadas y revisadas tanto en desempeño como en la estética cumpliendo las normas de grado A.



3. CORTESÍA Y RESPETO

Es importante mantener una relación cordial con el cliente, no podemos molestarnos ni mostrar poco interés por las preguntas que realiza, es importante que el cliente se sienta cómodo y seguro con las respuestas que le damos, es mejor si nuestras respuestas no las damos tan cortas, ya que el espera una información completa. Debemos tratarlo de usted en todo momento, el respeto le mostrará la seriedad de la empresa y se sentirá cómodo.

4. DEVOLVER LA LLAMADA O ENVIAR LO PROMETIDO

Si ofrecemos devolver la llamada en 5mins por ejemplo, deben ser 4mins en realidad, si ofrecemos algo debemos cumplirlo, recordamos que el cliente se hace una idea del servicio que le daremos con tan solo incumplirle en algo tan sencillo como devolver una llamada.

5. RESPETAR LA PROMOCIÓN.

Si el cliente llama por una computadora que vio en oferta y aun esté en el tiempo considerado, debemos cumplir y no cambiar nada, excepto si es en beneficio del cliente. Si por error la promoción afecta el bolsillo de la empresa debe ser cambiada inmediatamente y asumir la responsabilidad de las que se despachen en esa forma.

Contenido Interno del Manual Corporativo de Compumayoristas Xela.



TÉCNICAS PARA CONTESTAR EL TELEFONO

- OPRECERLES UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN GRATUITO**
Es decir por la acumulación de las diferentes compañías y los cobros que estas realizan. Es necesario poder ofrecerle al cliente devolverle la llamada para que no gaste, el sentirá la atención y consideración para su bolsillo.
- ATENDER INMEDIATAMENTE**
No dejar que el teléfono suene más de 3 veces. Ya que ello impacienta al cliente y lo predispone a tener incredulidad. Es mejor contestar pronto o comentarle que se estaba despachando un pedido, lo cual despertara curiosidad y disolverá la molestia.

MANEJO DE GARANTÍAS

Procesos para verificación de garantía y aplicación de la misma

Todos nuestras computadoras que salen a la venta, pasan por un control de calidad. Se verifican que todas las partes del CPU (tarjeta madre, Disco duro, Unidad de CD, memoria Ram, Procesador etc. Que estén funcionado correctamente, ya que de existir un problema con alguna de las partes, es computadora no puede salir a la venta.

El proceso de revisión de monitores es aún más delicado, por la fragilidad que los mismos requieren. No permitimos que ningún monitor grado A lleven manchas en la pantalla de ningún tipo, ni mucho menos este golpeado o tenga aumentado el brillo de una forma anormal. Esto nos permite entregar monitores altamente funcionales.

El respaldo que entregamos es de 6 meses y detalla lo que no incluye la garantía al momento de vender uno de nuestros equipos.



Contenido Interno del Manual Corporativo de Compumayoristas Xela.

Estrategia # 2: Dirección y Producción de un spot de T.V

Objetivo Comunicacional: Brindarle al Grupo objetivo de la empresa Compumayoristas Xela confianza y seguridad en la compra de sus productos.

Descripción_ Se realizó un Spot de TV enfatizando y asesorando a los clientes de cómo hacer una compra segura y de calidad.

Acciones Desarrolladas

- Elaboración del Story para Spot de TV
- Reunión con la modelo para transmitirle la idea del Spot
- Producción y dirección del Spot
- Grabación del Spot



Grabación del Spot publicitario de la empresa Compumayoristas Xela
Dulce Fernández
Modelo y Conductora de TV.



Consejo #1 No recibir Monitores que tengan manchas en la Pantalla.



Consejo # 2 verificar que internamente todo sea ensamblado de fábrica.



Consejo # 3 Verificar que el C.P.U. no este pintado, ya que cubrirían el mal estado del mismo.



Así que compra seguro, compra con inteligencia... Compra aquí en Compumayoristas Xela.

3.3 Cronograma de Actividades

Actividad	Junio				Julio			
Semana	1era	2da	3era	4ta	1era	2da	3era	4ta
Reuniones con personal de ventas, y personal de bodega local de la empresa en Quetzaltenango.								
Diseño del Manual Corporativo, ideas y contenido								
Elaboración de guion de Spot Publicitario								
Producción de Spot Publicitario en la tienda de Compumayoristas Xela.								
Entrega Final de Proyectos								

www. https://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_Gantt recopilado el 30 de Julio de 2018.

3.4 Control y Seguimiento

Estrategia	Indicadores Cuantitativos	Indicador Cualitativo
<p>Manual Corporativo</p> <p>Objetivo</p> <p>Brindar una herramienta de consulta asesoramiento y estándares de garantía de las computadoras, para el personal de ventas.</p>	<p>Se espera que un tiempo de seis meses el personal de ventas tenga este manual con todo el contenido apropiado, que muestre las bondades de la empresa y sea una herramienta practica y efectiva.</p>	<p>Natalay Pérez Gerente De Tienda, sabe que el beneficio que esto aporta a la empresa es muy valioso y los diferenciara de la competencia.</p> <p>Carlos Diaz, Asesor de ventas, tener un Manual Corporativo que muestre el manejo de las importaciones y estándares de calidad es muy beneficioso.</p>
<p>Elaboración de Spot de T.V</p> <p>Objetivo</p> <p>Darle un respaldo a la empresa y por consiguiente al personal de ventas, consiguiendo respaldar la marca y diferenciarse de la competencia.</p>	<p>Con un costo moderado y en un tiempo de 3 meses se espera tener listo el Spot publicitario que muestre la fortaleza principal de la empresa (La Garantía) y así crear en el cliente un sentido de seguridad y respaldo en su compra.</p>	<p>Dulce Fernández, Imagen de la empresa, se siente identificada con la marca y el respaldo que la misma da a sus clientes.</p> <p>Será una buen argumento de venta aconsejar a sus cliente en al momento de comprar una computadora .</p>

CONCLUSIONES

- La implementación del Plan de Comunicación en el área de ventas de la empresa Compumayotistas Xela, nos permitirá tener un mejor clima organizacional y de la misma manera proyectarnos al consumidor final como una opción de compra segura y al mismo tiempo de calidad y garantía.
- El catálogo, para el departamento de ventas mostró una información de cada producto, de esa manera asesoró de mejor manera al cliente en sala de ventas. Además el asesor pudo mostrar al cliente el respaldo y la garantía que son los pilares de la empresa y como aplicar dichos pasos en el momento indicado.
- El spot de tv reforzó la imagen de la empresa y con ello posicionarse mejor dentro de la competencia y dar un paso adelante e innovador.
- De esta manera ambas estrategias buscaron apoyar el área de ventas de la empresa, y fortalecer al plan de comunicación elaborado por la Escuela de Ciencias de la Comunicación en el EPS de Licenciatura.

RECOMENDACIONES

- Actualizar mensualmente el Catálogo de Productos de la empresa para que así los asesores puedan estar siempre informados de la rotación de los productos y poder dar a sus clientes un mejor servicio.
- Mantener el slogan siempre reflejado dentro del departamento de ventas, Somos calidad, variedad y garantía, para que sea percibido por el cliente al entrar a la tienda y con ello se sienta seguro y confiado de comprar allí.
- Crear nuevas técnicas para uso de redes sociales, ya que son herramientas indispensables hoy en día, para incrementar las ventas en el departamento. Apoyarse siempre de una imagen que transmita seguridad y valores al realizar algún anuncio corporativo

BIBLIOGRAFÍA

Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. Y Baptista Lucio, P (2006) *Metodología de la Investigación*. Cuarta Edición. México: Mc. Graw-Hill Interamericana de Editores S.A. de C.V

Kerlinger F. (1997) *Investigación Científica*. Editorial Mc GrawHill, Colombia.

La Rosa G. Edelmira (1995) *Metodología Cuantitativa*, Editorial Mar Azul, Santiago de Chile.

Ortiz, E. (2000) *Pasos para hacer una investigación*. Clásico Roxsil, México DF.

Piñola, G. (2011), *Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo*. Octava edición GP Editores. Guatemala

San Juan Díaz, L. (2010) *La Observación*. Primera Ed. Facultad de Psicología UNAM. México.

E-GRAFÍA

Diagrama de Gantt, recopilado el 16 febrero de 2018 de:
https://es.wikipedia.org/Diagrama_de_Gantt

Diagrama de Gantt recopilado el 09de Abril de 2018
https://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_Gantt

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Bodega:** 1adj Lugar donde se guarda 4adj establecimiento generalmente industrial.
- **Computadora:** 1 adj. Que computa 2 adj, que calcula.
- **Diagnóstico:** Perteneiente 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 síntomas.
- **Encuesta:** Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos Sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan.
- **Existencia:** 4 adj Mercancías destinadas a la venta , guardadas en un almacén o tienda.
- **Garantía:** 1adj Efecto de afianzar lo estipulado
- **Manual:** adj. Que se ejecuta con las manos. 2adj. Fácil de manejar.
- **Muestra:** Porción de un producto o mercancía que sirve para conocer la calidad del Genero 2. F. Parte o porción extraída de un conjunto de métodos que permiten considerarla como representativa de él.
- **Portátil:** 1adj. Movable y fácil de transportar.
- **Procesador:** 1.adj Que procesa 2.m unidad funcional de una computadora que se encarga.
- **Spot:** m. Anuncio soporte en que se transmite un mensaje publicitario

ANEXOS

Producción de Spot Publicitario / Compumayoristas Xela.



Modelo: Dulce Fernández

Previo a iniciar spot publicitario de la empresa Compumayotistas Xela.

Fotografía: Alexis Méndez



Compumayotistas Xela
Fotografía: Alexis Méndez



Compumayotistas Xela
Fotografía: Alexis Méndez



Escenas No. 3 del Spot de Compumayotistas Xela
Fotografía: Alexis Méndez

Edición de Spot Publicitario



Modelo: Dulce Fernández

Edición del spot publicitario de Compumayoristas Xela

Grupo Medley

Vista Interna de la Sala de Venta



Personal de Ventas de Compumayoristas Xela.



Selección de Mercadería en USA.



Ingreso de Mercadería a Bodega Xela

Cotización para Spot Publicitario

COTIZACIÓN VIDEO SPOT

SPOT PUBLICITARIO

Duración: 1 minuto

Locación: Oficinas Compumayoristas Delco, Quetzaltenango.

Incluye:

- Grabación y Post producción en formato FullHD
- Iluminación
- Audio
- Intro, cintillos y cierre animado.
- Musicalización.

Total: Q. 1,100.00

NOTA: Producción entregada en digital en formato FullHD. Precios NO incluyen IVA.

 (502) 4219-8006

(502) 7766-9171

 grupomedleygt@gmail.com

 vimeo.com/3waycolor

 grupomedley





Quetzaltenango 30 de abril de 2018.

Señor Alexis Méndez
Compu Mayoristas Xela
Presente.

Por medio de la presente me permito saludarlo deseándole éxitos en sus labores cotidianas, a la vez aprovecho para detallarle los paquetes antes enviados:

PAQUETE Q 3,000

12 sport diarios, 360 spots al mes, (el horario lo escoge el cliente) se le puede sugerir los horarios de más rating.

Se bonifica durante la transmisión de todo programa que se transmita en vivo por Facebook y YouTube live para mayor divulgación de su marca.

Se bonifica su anuncio durante cualquier transmisión deportiva que se realice del deportivo Xela liga femenina de futbol y Ro Xela de futbol 7, son 2 semanales ya sea de visita o de local.

Se incluye su marca como patrocinador del resumen de noticias de cada hora durante 15 días para mayor soporte a su marca.

Publicaciones en redes sociales de promociones que se tengan disponibles de su marca.

PAQUETE Q 2,500

10 sport diarios, 300 spots al mes, (el horario lo escoge el cliente) se le puede sugerir los horarios de más rating.

Se bonifica durante la transmisión de todo programa que se transmita en vivo por Facebook y YouTube live para mayor divulgación de su marca.

Se incluye su marca como patrocinador del resumen de noticias de cada hora durante 15 días para mayor soporte a su marca.

Cualquier duda estoy a sus órdenes, me suscribo

Atentamente

Iris López

Gerente de Mercadeo

Playmedios.com

3519-8078 / 3519-8080

Fachada de la Empresa Compumayoristas Xela



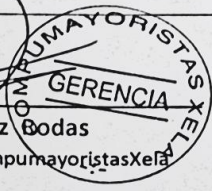


Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Alexis Mauricio Méndez Cerón
 No. Carné y DPI: 9813864/2652047710101
 Jefe o Encargado (a): Libni Nataly Pérez Rodas / Gerente de Ventas
 Institución o Empresa: CompumayoristasXela
 Supervisor de EPSL: Lic. Fernando Flores

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Totalhoras en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 11/ Al:16	Junio	7	7	7	7	7	5	40hrs.
2	Del: 18 / Al: 23	junio	7	7	7	7	7	5	40hrs
3	Del: 25 / Al:30	junio	6	8	6	9	8	7	44hrs
4	Del: 2 / Al:7	julio	7	7	7	7	7	5	40hrs
5	Del: 9 / Al:14	julio	7	7	7	8	8	6	43hrs
6	Del: 16 / Al:21	julio	7	7	7	7	7	5	40hrs
7	Del: 23 / Al:28	julio	7	7	8	8	9	6	45hrs
8	Del: 30 / Al:31	julio	8						8hrs.
9	Del: / Al:								
10	Del: / Al:								
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICAACUMULADAS									300 hrs.

(f)
 Libni Nataly Pérez Rodas
 Gerente de Ventas / CompumayoristasXela



(f)
 Lic. Fernando Flores
 Supervisor EPSL

