



**Maestría en Administración de Negocios con Énfasis en Logística y Comercio Internacional**

**MAESTRÍA PROFESIONAL**

**OPCIÓN DE TITULACIÓN: PASANTÍA DE EXTENSIÓN OCUPACIONAL PROFESIONAL**

**INFORME FINAL DE LA PASANTÍA DE EXTENSIÓN OCUPACIONAL PROFESIONAL**

**Plan de Social Media de la Empresa Climacentro**

**Tutor Industrial: Orlando Carballo**  
**Estudiante: Carlos Daniel Lovera Martínez**  
**Número de Cédula/Pasaporte: 051959210**  
**Cohorte: I**

**Aprobado por el Tutor:**

Panamá, 19 de Noviembre del 2016

## ACTA DE EVALUACIÓN DEL TUTOR INDUSTRIAL DE LA PASANTÍA DE EXTENSIÓN OCUPACIONAL PROFESIONAL

*Estimado Licenciado: Agradecemos evalúe el rendimiento del estudiante por Ud. asesorado en la Pasantía de Extensión Ocupacional Profesional.*

Nombre del estudiante asesorado: **Carlos Daniel Lovera Martínez**

Cohorte del estudiante: **I**

Programa de Maestría: **Maestría en Administración de Negocios con Énfasis en Logística y Comercio Internacional.**

Título del Proyecto de la Pasantía: **Plan de Social Media de la Empresa Climacentro**

Nombre del Tutor(a) Industrial: **Orlando Carballo**

Evaluación:

Aspecto a evaluar del estudiante	Valoración (del 1 al 100)
<i>Aspecto a evaluar del estudiante</i>	
Valoración (del 1 al 100)	
Durante el desarrollo de la pasantía	100
Puntualidad en la entrega de los productos	100
Calidad de los productos entregados	100
<b>Capacidad de trabajo independiente</b>	
Trato respetuoso del estudiante con los otros trabajadores	100
Informe de la pasantía	100
Puntualidad en la entrega del informe para su corrección	100
<b>Calidad del contenido técnico del informe</b>	
Presentación del informe	100
Calificación final (promedio simple de las evaluaciones anteriores)	100

Firma del Tutor Industrial: 

Fecha: 19/11/2016

## **CONTENIDO**

Cuando hablamos de Social Media y empresas surge siempre la misma pregunta, y muy a menudo la misma respuesta. La pregunta es ¿tiene la empresa definido un plan de social media? y la respuesta creo que te la imaginas, efectivamente en la mayoría de los casos la respuesta es no.

Habitualmente nos encontramos principalmente dos situaciones, empresas que no participan aún en redes sociales y empresas que aun participando no escuchan a sus usuarios, esto sucede porque no han definido un plan que les indique la estrategia que deben seguir.

Afortunadamente cada día más empresas, se están dando cuenta del enorme error de comenzar su participación en las redes sociales sin tener un plan social media predefinido. Ante esta situación, la solución es definir un Plan Social Media para la empresa, en el cual se establezcan las estrategias a seguir.

### **¿Cómo elaborar un Plan Social Media?**

La elaboración de un plan estratégico conlleva necesariamente el seguimiento de unos pasos bien definidos, los cuales no puedes saltarte y tampoco puedes cometer errores en ellos, porque influirían negativamente en el desarrollo de la estrategia de marketing online. Los pasos básicos son los siguientes:

- Análisis de la situación inicial.
- Establecimiento de objetivos.

- Definición de público.
- Diseño de la estrategia
- Implementación
- Medición

### **Análisis de la situación inicial.**

Lo primero que tienes que hacer es un análisis de la situación de partida. En el análisis tienes que encontrar las respuestas a preguntas como ¿quiénes somos? ¿Qué hacemos? ¿Qué hace mi competencia? ¿Qué se habla de mi marca?

Para ello, son importantes realizar dos acciones, por un lado un análisis DAFO para detectar cuáles son tus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, y por otro lado, tienes que monitorizar tu reputación online, no solo la marca sino también al sector al que pertenece.

Esta monitorización debe centrarse en lo que se está diciendo, quién lo está diciendo (clientes, competidores, prescriptores, etc.) y dónde lo está diciendo (redes sociales, foros, comunidades, etc.). Además, obtendrás una información muy valiosa de cómo se comunican e interactúan los usuarios que hablan de tu marca y productos.

Monitorizar tu reputación online es una labor compleja, pero puedes ayudarte de muchas herramientas gratuitas que te ayudarán en esta labor.

## **Establecimiento de objetivos.**

Una vez que ya tienes toda la información anterior es hora de establecer unos objetivos definidos y además, y muy importante, medibles. Tus objetivos pueden ser promocionarse, conseguir nuevos clientes, fidelizar, establecer un canal de atención al cliente, etc...

Es importante que se establezcan para cada uno de los objetivos de empresa los **KPI** (*Key Performance Indicators o Indicadores Clave de Desempeño*) que te ayuden a definir y medir los progresos de los objetivos definidos para la empresa.

## **Definición de público.**

Ya tienes la información necesaria y definidos los objetivos a conseguir, por lo tanto ahora tienes que definir el público al que quieres dirigir tus acciones. En esta fase, es importante definir bien los perfiles y el target de tu público objetivo para poder segmentar las acciones de marketing. Los usuarios de las redes sociales reciben todos los días infinidad de impactos comerciales, y por tanto, no puedes realizar campañas sin segmentar el target porque lo principal es que el usuario sea afín a tu mensaje.

Tienes que dedicar el tiempo necesario en detectar tus nichos de mercado y el público objetivo al que va ir dirigido tu producto.

## **Diseño de la estrategia**

Ha llegado el momento de definir la estrategia a seguir en el social media marketing. Lo primero, es concretar las plataformas en las que es necesario actuar, estar en las redes sociales no implica estar en todas. Hay que estar en aquellas en las que está tu público, información que ya tienes del análisis previo, y por tanto las acciones se realizarán en las plataformas correspondientes, ya sea Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Pinterest,...

El siguiente paso es definir qué vamos a hacer y cómo, es decir, establecer las acciones que se van a realizar en las redes sociales seleccionadas. En este punto es importante tener en cuenta que el contenido de calidad es vital en estos momentos, no solo de cara al cliente sino que Google está valorando y mucho este aspecto para el posicionamiento web.

Las conversaciones con los usuarios... si, digo conversaciones porque tiene que haberlas, esto no es una comunicación unidireccional en la que la empresa vende su producto. Como decía, las conversaciones deben mantener un tono y estilo adecuados a nuestra comunidad y red social.

Tan importante como todo lo comentado en esta fase, es establecer un calendario editorial de publicaciones y de acciones de marketing.

En esta fase, es muy importante definir un plan de crisis de reputación, porque hay que estar preparados para lo que pueda pasar desde el momento que la marca sea un escaparate público.

## **Implementación.**

Es la hora de poner en marcha todo lo realizado hasta el momento, teniendo muy claros los conceptos, objetivos, acciones, el público objetivo, el modelo de comunicación, etc.

En cada red social se interactúa con los usuarios de forma distinta, esto ya lo habrás detectado en el análisis, y por tanto hay que cuidar los estilos.

## **Medición.**

La última fase es medir los resultados para saber si se están cumpliendo los objetivos, En esta fase debes estar atento a las desviaciones de los objetivos para detectarlas y corregirlas a tiempo poniendo las soluciones oportunas.

Diariamente hay que analizar resultados, por ejemplo, para saber qué tipo de contenidos son los que mejor resultado producen o por el contrario los que afectan negativamente.

Muy importante también, medir el ROI (*Return On investment o retorno sobre la inversión*). Toda empresa debe mantener su cuenta de resultados, y por tanto tener conocimiento del resultado de aplicar un presupuesto en un plan social media.

Lo más importante es tener un Plan Social Media definido antes de iniciar tu participación en las redes sociales. Estos pasos te ayudarán a definirlo de una manera estructurada y con la coordinación necesaria entre todas las acciones a realizar.

Por eso hemos querido preparar esta pequeña guía con los 7 pasos imprescindibles de cualquier que la empresa debe tener muy en cuenta a la hora de elaborar su estrategia en redes sociales:

### **1. Auditoría de social media:**

Lo primero que deberás hacer es un análisis de la situación a través de una **auditoría de las redes sociales**, un pequeño estudio en el que analizarás cuál ha sido la gestión de las redes sociales de tu empresa hasta el momento. ¿Cómo? mediante una **evaluación interna** de todas las acciones que tu empresa ha realizado en internet hasta la fecha y una evaluación externa sobre la gestión de las redes sociales de tus competidores.

### **2. Definición de objetivos y metas:**

Sin objetivos, nunca tendrás un plan que funcione. En social media la cosa funciona así: si no marcas unos objetivos que te permitan caminar en línea recta tú recorrido en internet va a consistir en caminar en círculos.

**¿Objetivos o metas?** En cierta forma, las palabras objetivo y meta son complementarias entre ellas, ya que sin unos no podemos conseguir las otras. Pero sí que existe una marcada diferencia entre ellos a la hora de ser incluidas la definición de cualquier plan de social media marketing:

– **Objetivos:** Representa un elemento específico que puede ser medido de forma cuantitativa cualitativa basado en un timing o periodo de tiempo concreto.



– **Metas:** Se trata de los *goals* que te permitirán llegar al objetivo. Es decir, son aquellos procesos que unidos y alcanzados nos permitirán llegar al objetivo. Todos los objetivos están compuestos por una serie de metas, que unidas conforman el objetivo.

En definitiva, el objetivo es el fin y la meta el medio o medios para conseguir ese fin.

### **3. segmentación de la audiencia:**

Lo mismo que nos pasa con los objetivos: si no definimos a nuestro público, nuestro plan de social media no vale para nada. ¿De qué sirve planificar unos objetivos, unas acciones y unas métricas para medir nuestros resultados si no estamos enfocando nuestra estrategia al público correcto? Son muchas las empresas que piensan que tener éxito en las redes sociales es sinónimo de tener muchos seguidores. Pero, ¿de qué te van a servir todos esos seguidores si no tienen nada que ver con tu producto o tu marca?

De eso trata la **segmentación de la audiencia**, de desmigajar toda la masa de usuarios hasta identificar y quedarte con aquellos que verdaderamente están interesados con tu producto o servicio. Dentro de la segmentación encontramos dos grandes grupos que vas a tener que identificar:

– **Público objetivo:** El conjunto de personas interesadas por tu producto o servicio al cual vas a dirigir toda tu estrategia de social media marketing. Es decir, el público objetivo hace referencia a todos aquellos usuarios que, estén en la red social que estén, tu mensaje va a resultar más interesante.

– **Core target:** Se trata de ir un paso más allá y segmentar, dentro de tu público objetivo, a aquel subgrupo que más interesado va a estar en recibir la información de tu marca y, por lo tanto, en comprar tu producto o servicio. No es más apuntar al centro de la diana y dar con el **centro o corazón de tu público objetivo.**

#### **4. Elección de las redes sociales:**

Hablamos de la importancia de elegir correctamente las redes sociales que mejor se adaptan a tu estrategia. Para realizarlo, vas a tener que investigar en qué redes sociales se esconde tu público objetivo o core target. También deberás tener en cuenta otros factores más estratégicos como, por ejemplo, tu modelo de negocio (todos sabemos que Facebook no es el mejor aliado del B2B).

Es decir, si tus necesidades de difusión en la red están enfocadas a un producto o servicio, deberás pensar a quién vas a enfocar tu plan de social media y a través de qué redes sociales lo vas a hacer.

#### **5. Definición de una estrategia:**

Llegados a este punto, deberás estructurar toda esta información de forma estructurada y estratégica a través de una estrategia de social media marketing en la que constarán todas las acciones que llevará a cabo tu empresa de forma organizada.

Una vez definido todo esto, es importante también saber la diferencia entre estrategia y táctica en social media marketing: así como la **estrategia** es una parte importante de un plan diseñado para

lograr unos objetivos concretos, las **tácticas** son acciones que representan la ejecución de esa estrategia.

## **6. Calendario y ejecución de la estrategia:**

Es muy importante (o mejor dicho, imprescindible) que tu plan de social media marketing tenga **acciones bien definidas y coherentes**, de manera que actúen como el marco inicial de tu estrategia. La mejor forma es crear acciones enfocadas, principalmente, a **cinco objetivos fundamentales**: posicionamiento de marca, difusión de un nuevo producto o servicio, comunicación de mensajes específicos, promociones y obtención de bases de datos y leads.

Un elemento que no podrá faltar en tu plan de social media marketing es la optimización del tiempo y de los recursos para la implementación de todas las acciones a través de **calendarios y timings**. La implementación dentro del tiempo y los plazos establecidos es la sincronización de los recursos, la estrategia y los distintos actores implicados, por ello tendrás que utilizar alguna herramienta de control de las fases y **plasmear tu calendario de acciones en un cuadro visible**.

## **7. Métrica y monitorización:**

La escucha activa es, sin duda, uno de los factores más importantes para que el plan de social media marketing de una empresa tenga éxito. Es decir, es imprescindible hacer un seguimiento continuo del feedback que se está obteniendo por parte de los usuarios para saber si nuestro plan de social media es correcto o por el contrario debemos mejorarlo.

Para ello, deberás medir periódicamente los resultados de tu estrategia a través de distintos **indicadores de desempeño** (los famosos KPI). Cuando hablamos de KPI dentro de un contexto de social media marketing, hablamos del conjunto de indicadores que nos permiten medir y controlar los resultados de nuestro plan de social media marketing.

¿Cómo? a través del seguimiento del volumen de ventas y facturación, el crecimiento de clientes, la fidelización de los mismos o la evolución del posicionamiento de la marca a través de internet.

Es muy importante tener en cuenta que un plan de social media marketing consta de muchos más pasos más específicos que no cabían en un solo post. Sin embargo, esperamos que esta pequeña guía de social media marketing para pymes os ayude a gestionar vuestras redes sociales de forma más organizada y planificada

## **DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

Es una empresa dedicada a la realización de obras y proyectos de Climatización de Ambiente y Soluciones de energía, contamos con personal capacitado en cada área que abarcamos, desde los cálculos de fluidos y dimensionamiento de equipos, elaboración de planos hasta la entrega del proyecto Llave en mano, siendo responsables de las Garantías tanto de los equipos (suministrados por nosotros) como de todo el servicio de instalación.

Realizamos planes de mantenimiento de cualquier complejidad, ajustándonos a las necesidades y requerimientos de los equipos.

Actualmente somos miembros de GBC Panamá, donde demostramos nuestro compromiso con el ambiente ofreciendo asesorías completas en cuanto a los equipos idóneos para cumplir con el ahorro energético y los materiales a utilizar en la elaboración de la ductería, de la mano con las marcas TRANE, LG y P3 Ductal, quien contribuye de forma significativa al costo de los créditos contemplados por el estándar LEED.

Cumpliendo con el compromiso con nuestros clientes, garantizamos capacitación constante a nuestro equipo de trabajo con el fin de lograr aportar a Panamá un Recurso Humano instruido profesionalmente en cada área al cual prestamos servicios, para así proteger cada detalle de nuestras instalaciones y elaboraciones de grandes y pequeñas obras y proyectos.

Es por ello que nos dirigimos a compañías de constructores y arquitecturas que cumplan con nuestro código de ética ambiental y poder formar parte de su equipo de proveedores de servicio confiable.

CLIMACENTRO es una compañía dirigida al mercado panameño, con el fin de satisfacer las necesidades, en cuanto a la elaboración de obras y proyectos de climatización de ambiente, soluciones de energía y ventas de equipos para los sectores, industriales y residenciales. Brindando calidad y excelencia en el desarrollo de las obras, con un personal capacitado y calificado para dichos trabajos.

Nuestra empresa contribuye con el ambiente asesorando a sus clientes con respecto al ahorro de energía ofreciendo equipos que cumpla con la misión energética. Obteniendo así el mejor costo-beneficio existente en Panamá.

Prestamos servicios de diseño, instalación y puesta en marcha de proyectos de climatización, soluciones de energía y ventas de equipos. Nuestro personal especializado puede ejecutar trabajos

de instalación y mantenimientos de Aires Acondicionados, Torres de enfriamiento, Sistemas de Agua Helada (Chillers), Ductería, Tuberías en distintas aplicaciones, Electricidad, entre otras.

## **DESCRIPCIÓN E IMPORTANCIA DEL TRABAJO REALIZADO**

Para que una empresa sea social no basta con que haya abierto más de un perfil en las redes sociales. Es imprescindible tener en cuenta ciertos aspectos previos antes de poner en marcha cualquier red social a través de una estrategia o plan de social media marketing para pymes como es el caso de Climacento.

Porque ¿cuál es el problema con el que nos encontramos actualmente? A pesar de que el 78% de las organizaciones está utilizando activamente las redes sociales, tan sólo un 41% lo están haciendo a través de un plan de social media elaborado específicamente para la empresa.

Por eso hoy en hablamos de la necesidad de crear una guía general de social media para pymes que permita a la empresa empezar su camino por el 2.0. Un plan de social media marketing donde poder planificar toda su estrategia de social media así como las acciones a realizar y las herramientas para medir los resultados obtenidos.

Y es que son muchas las empresas que no creen en la efectividad de las redes sociales porque las están gestionando como si se tratara de su cuenta personal, sin planificar unos objetivos o sin hacer ningún tipo de seguimiento de los resultados. Estas empresas están en las redes sociales porque saben que es lo que toca, pero no lo están gestionando de forma organizada.

## **ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

### **1) CAMBIO DE IMAGEN CORPORATIVA.**

Climacentro ofrece una experiencia completa para darle a su proyecto el cuidado que se merece.

Basándonos en las nuevas tecnologías, los nuevos diseños minimalista y ecológico que se han vuelto día a día parte de la comunidad publicitaria, decidimos hacer una renovación de imagen a la empresa, además que esto hacia parte de la nueva campaña de mercado que querían manejar la cual era la de ahorro energético y energía renovable, con equipos de altas tecnologías pero que a diferencia de otros eran bondadosos con el medio ambiente.

Lo primero que se hizo fue crear un logo fresco y minimalista usando los colores azul y verde que pertenecen a la gama de colores fríos, los cuales destacan, dinamismo, vida, renovación, frescura y naturaleza, esto con el fin de conectar a la gente con la idea de renovación que queríamos hacerles llegar.

### **2) CAMBIO DE IMAGEN DEL ESTABLECIMIENTO**

#### **Cambio de imagen del local**

La renovación de cambio de imagen del local, se dio con la finalidad, de hacer un llamado de atención del público que diariamente pasa por allí, ya que nos encontramos en un punto clave de una avenida muy transcurrida de la ciudad de panamá de hecho la principal avenida del sector de

pueblo nuevo que es donde estamos ubicados, se rotulo vidrios del local, se instala nuevo banner con el nombre del local el cual puede apreciarse a muchos metros de distancia, y siempre manteniendo los colores llamativos y fríos como el azul y el verde, que imparten, frescura, novedad y naturaleza, con esto buscamos también que los interesados puedan encontrarnos fácilmente con tan solo ver el banner aun estando lejos.

### **3) IMPLEMENTACIÓN DE MARKETING DIGITAL:**

#### **DESARROLLO DE PÁGINA WEB**

Con la creación de la página web quisimos evocar, profesionalismo, calidad, y modernidad, por eso se diseñó de manera minimalista, con colores vivos, asociados al imago tipo de climacentro, además se adiciono fotos de los proyectos ya concretado, de las empresas que son nuestros fieles clientes, y sin dejar a un lado las redes sociales y correos y números de contacto esto con la finalidad de humanizar la marca.

Es por eso que en climacentro no solo nos enfocamos en la calidad, sino también en el compromiso social y bienestar del ambiente, por eso ya obtuvimos la acreditación Green building council, la cual hacemos mención en nuestra web de esta manera las personas que ingresen pueden observar que formamos parte de este selecto grupo, de personas que día a día se enfocan en buscar, novedades en materia renovables y de ahorro energético nunca dejando a un lado la preservación del medio ambiente.

En la página se agregó una pestaña llamada Cotización, desde esa pestaña las personas pueden solicitar un cotización de su proyecto directamente con el personal encargado del área de ventas y



proyectos, esto para poder darle respuesta de la manera más rápida, a las personas que nos contacte por ese medio.

También podemos encontrarla pestaña de servicio, en ella podemos ver los servicios que ofrece la empresa así la persona se da por enterada de lo que la empresa le puede servir, y si hay más servicios de los que buscaba.

## **IMPLEMENTACIÓN DE REDES SOCIALES**

Con la implementación en redes sociales quisimos abarcar las 3 redes más usadas en la ciudad de Panamá las cuales son Facebook, Instagram, Twitter por lo pronto compartiremos el mismo contenido en las 3 hasta que podamos segmentar el mercado de cada una y compartir contenido diferentes enfocado en el público que nos sigue en las distintas redes, de igual modo cada publicación tendrá un enlace para dirigirte a la siguiente red social y así poder incentivar al público que nos visita que nos pueda seguir por todas las redes sociales activas.

## **CREACIÓN DE BROCHURE DIGITAL**

Se creó un brochure digital de manera de hacer un enlace por correo directamente con el potencial cliente para que tengan una breve descripción de lo que es Climacentro y de lo que ofrecemos de una manera dinámica y que impacten en los correos corporativos.

## **IMPLEMENTACIÓN DE CORREOS CORPORATIVOS Y FIRMA ELECTRONICA.**

### **POSICIONAMIENTO WEB**

El posicionamiento web o SEO se implementó para que las personas que se interesen en buscar alguna empresa encargada en esta área de servicios puedan encontrar climacentro como si primera alternativa en el conocido buscador mundial de GOOGLE.

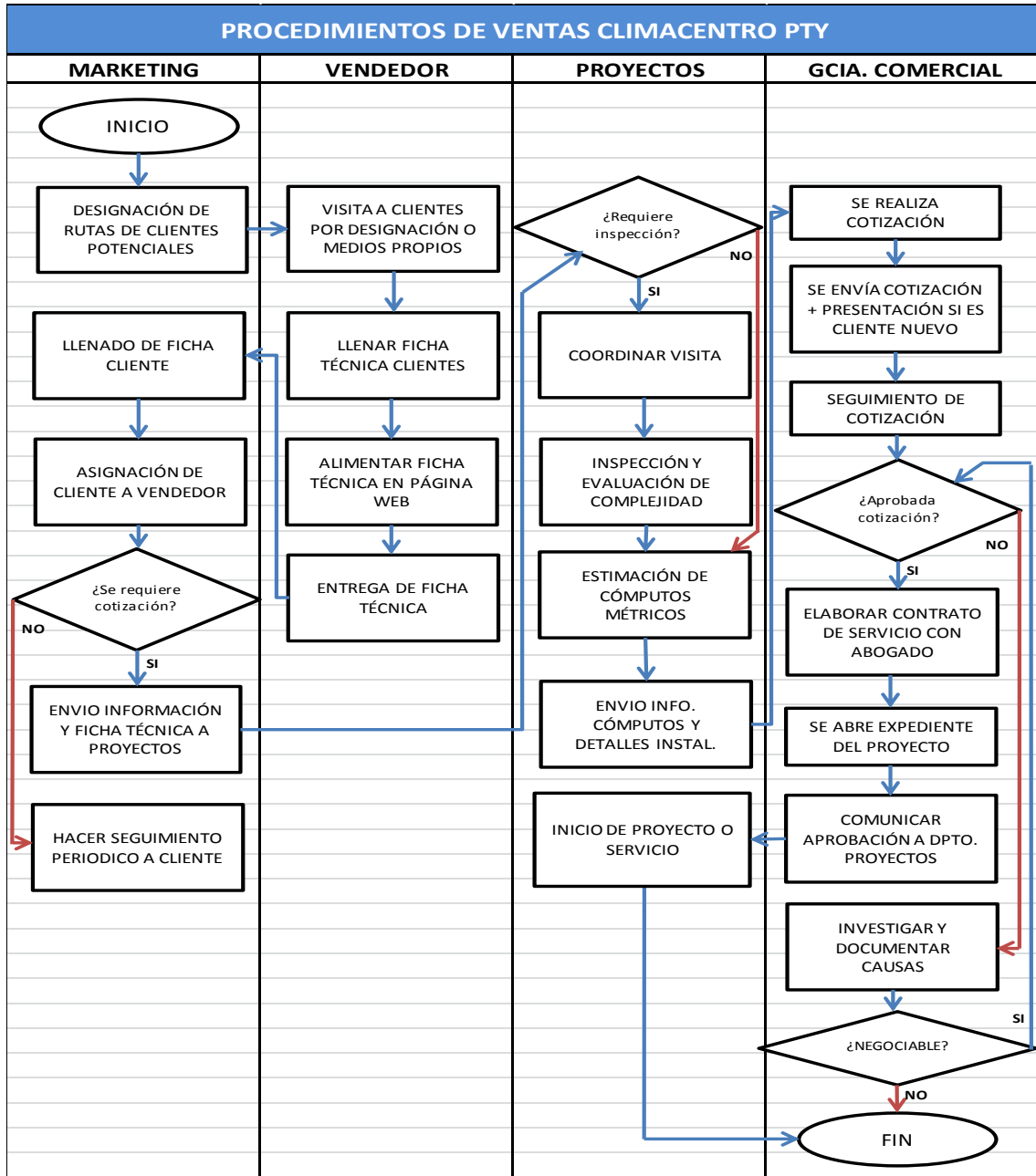
### **FIRMA ELECTRONICA**

Se diseñaron nuevas platillas para las firmas electrónicas que van en cada correo que se envía desde el dominio de la empresa para que de esta manera vaya identificado la persona que lo envía, sus datos directos, el nuevo logo del Cimacentro y adicional un mensaje sobre el cuidado al medio ambiente.

## **REESTRUCTURACIÓN DE PROCEDIMIENTOS DE VENTAS.**

### **Procedimiento de ventas**

Este organigrama fue creado con la función de estructurar todo el proceso de ventas desde el primer paso y dividido en cada departamento de la empresa con el cual se busca que cada persona de la empresa se involucre y se sienta identificada con este procedimiento.



**Fig. 1: Procedimiento de Ventas - CLIMACENTRO**

## **Conclusión**

El nuevo cambio de imagen no solo sirvió para darle una imagen fresca la empresa sino a reestructurar administrativamente otros departamento y así ayudar a involucrar a todo el personal con la renovación de la imagen corporativa, dándoles así a cada uno su identidad empresarial y de esta manera lograr que cada colaborador se vuelva realmente parte del equipo de trabajo y sientan a la empresa como si fuese suya, de esta manera se humaniza la marca y se obtienen mejores beneficio.

Desde la renovación de la imagen se ha visto incrementado las cotización y proyectos aprobados de la empresa a demás desde la puesta en marcha de la redes sociales de la empresa hemos notado que en la ciudad de Panamá la gente tiene gran interés en este tipo de servicios de climatización a nivel residencial y empresarial, por lo cual podeos concluir que la empresa ha tenido gran aceptación en el mercado.

## **Recomendaciones**

- Recomendamos a Climacentro mantenerse en la vanguardia digital.
- Capacitar constantemente a su personal en nuevas técnicas de servicios e instalación de ducterías.
- Cuando su equipo tenga una nueva capacitación o aprendizaje, colocarlo por las redes sociales, para que sus seguidores estén al día en lo nuevo que se ofrece.
- Ofrecer cada vez nuevos servicios.
- Incluir nuevas marcas y nuevos fabricantes reconocidos.
- Contribuir con actividades sociales que impacten positivamente al medio ambiente.

## Referencias Bibliográficas

- <http://josefacchin.com/plan-de-social-media-marketing/>
- <http://vilmanunez.com/plantillas-social-media-marketing/>
- <http://socialmediamas.com/como-elaborar-un-plan-social-media-paso-a-paso/>
- <http://mglobalmarketing.es/blog/social-media-para-pymes/>
- <http://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital.php>
- <http://www.educacionline.com/instituto-de-marketing-online/que-es-el-marketing-digital/>

Anexos



Fig. 2: Logo corporativo anterior

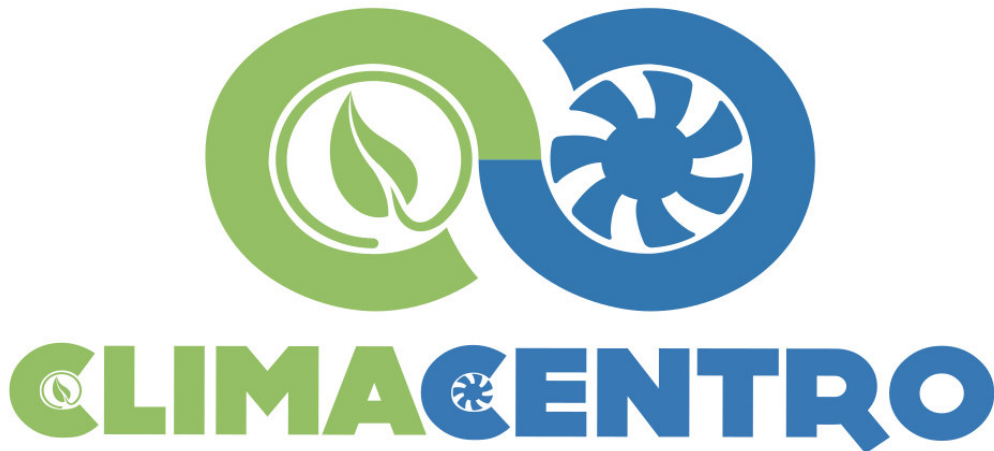


Fig. 3: Logo corporativo nuevo



**Fig. 4: Banner anterior**

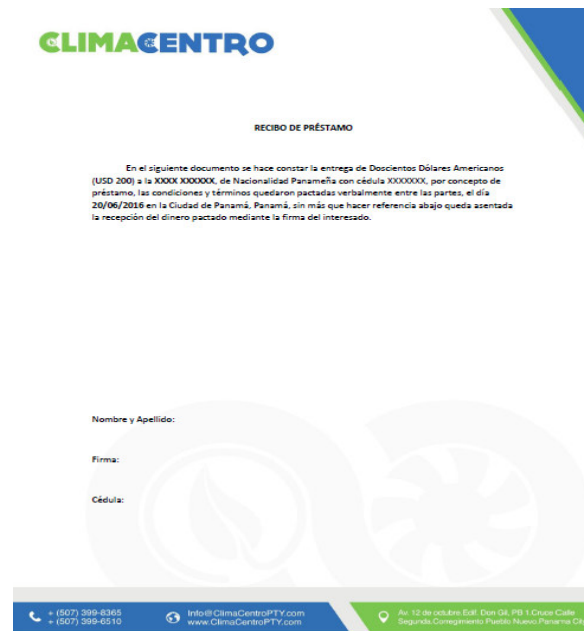


**Fig. 5: Fachada Anterior**





**Fig. 6: Fachada Nueva**



**Fig. 7: Hojas Membretadas**



**Fig. 8: Tarjetas de Presentación**

**CLIMACENTRO** FACTURA N° 0001

+ (507) 399-8365  
+ (507) 399-6510  
Info@ClimaCentroPTY.com  
www.ClimaCentroPTY.com  
Av. 12 de octubre. Edif. Don Gil, PB 1. Cruce Calle Segunda.  
Corregimiento. Pueblo Nuevo. Panama City.

Fecha: Factura	Día	Mes	Año	Fecha: Vencimiento	Día	Mes	Año
Orden de Compra				Orden de Trabajo			
				Condiciones de Pago			

Señor(es):  
R.U.C. D.V.:  
Dirección:  
Teléfono: Ciudad:

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Valor en letras		SubTotal	
		I.T.B.M.	
		Total a Pagar	

**Fig. 9: Hojas de Facturas**



**Fig. 10: Desmontaje Banner Anterior**



**Fig. 11: Montaje Banner Nuevo Pt.1**





**Fig. 12: Montaje Banner Nuevo Pt.2**



**Fig. 13: Montaje Banner Nuevo Pt.3**



**Fig. 14: Montaje Banner Nuevo Pt.4**





**Fig. 15: Montaje Banner Nuevo Pt.5**



**Fig. 16: Montaje Banner Nuevo Pt.6**





**Fig. 17: Montaje Banner Nuevo Pt.7**





**Fig. 18: Página WEB CLIMACENTRO nueva**



**Fig. 19: Página WEB CLIMACENTRO nueva PT.2**

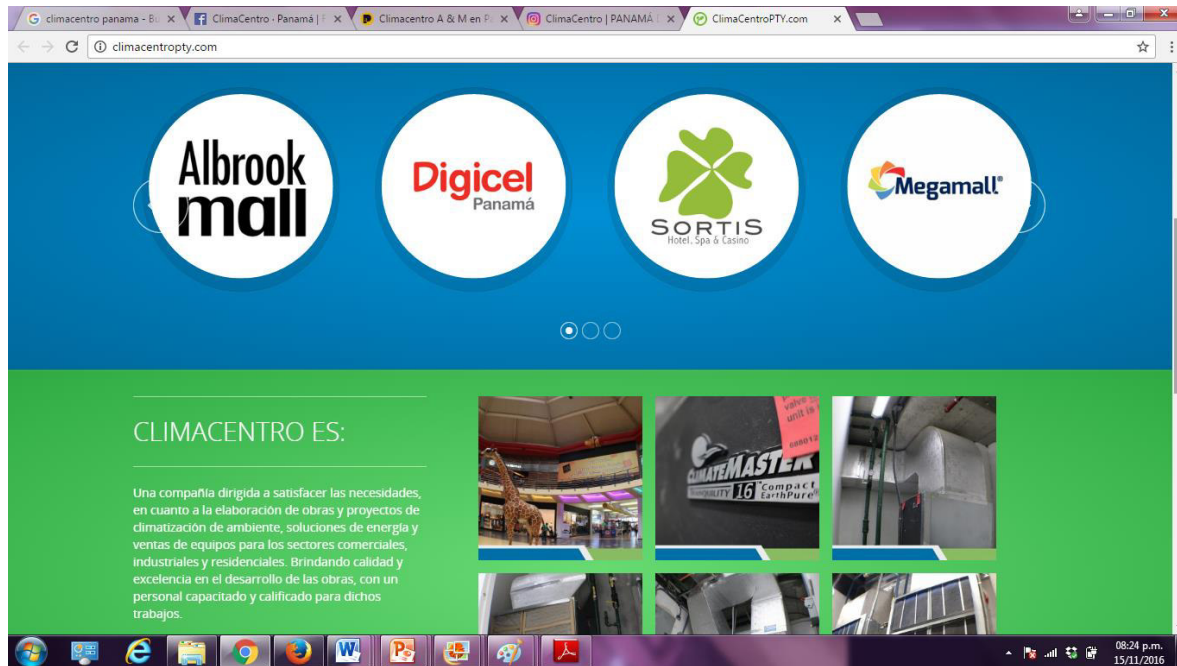


Fig. 20: Página WEB CLIMACENTRO nueva PT.3



Fig. 21: Página WEB CLIMACENTRO nueva PT.4



Fig. 22: Red Social Climacentro - Facebook



Fig. 23: Red Social Climacentro – Facebook. PT 2





Fig. 24: Red Social Climacento – Facebook. PT 3



Fig. 25: Red Social Climacento – Facebook. PT 5

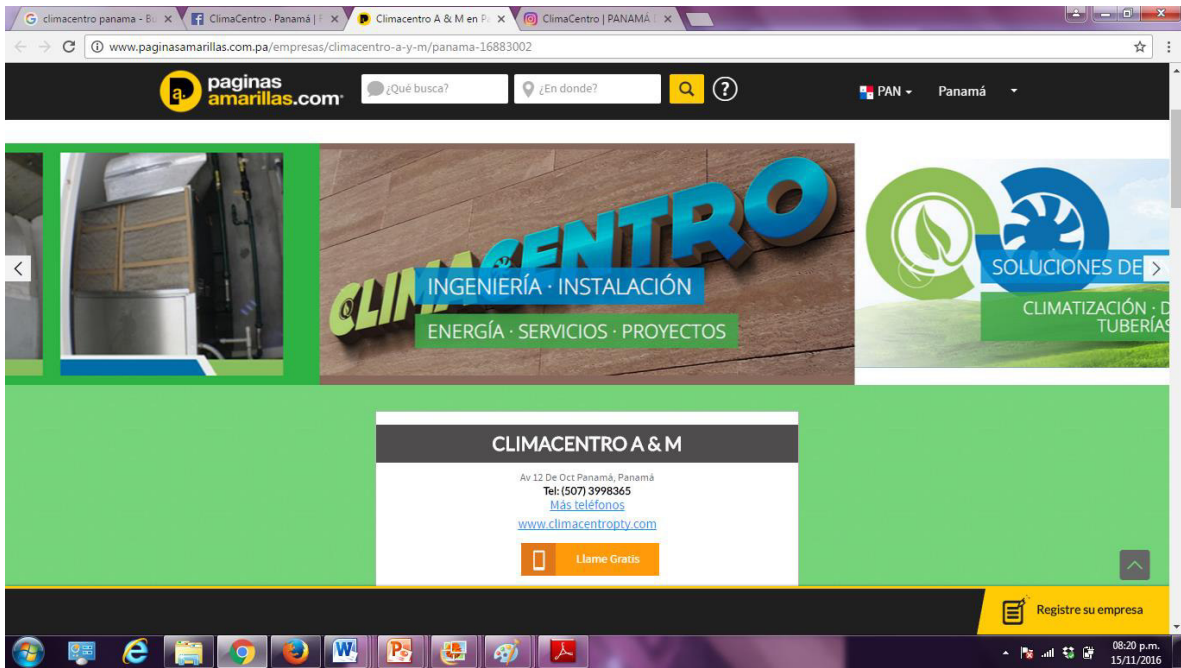


Fig. 26: Red Social Climacentro – Páginas Amarillas

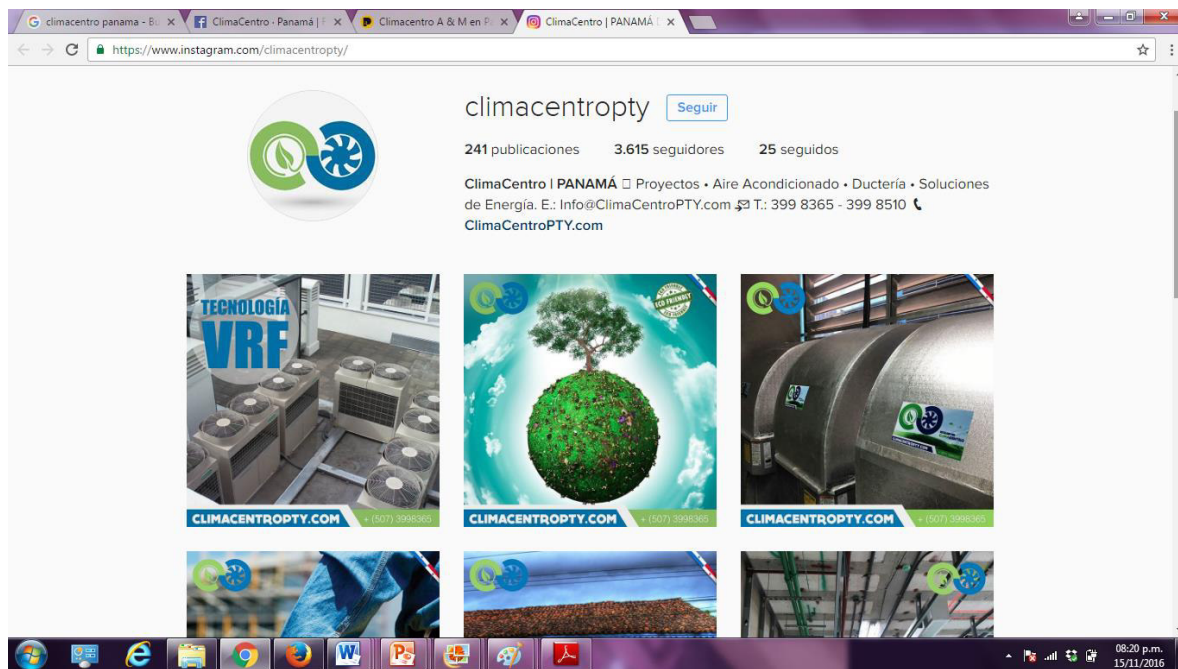


Fig. 27: Red Social Climacentro – Instagram

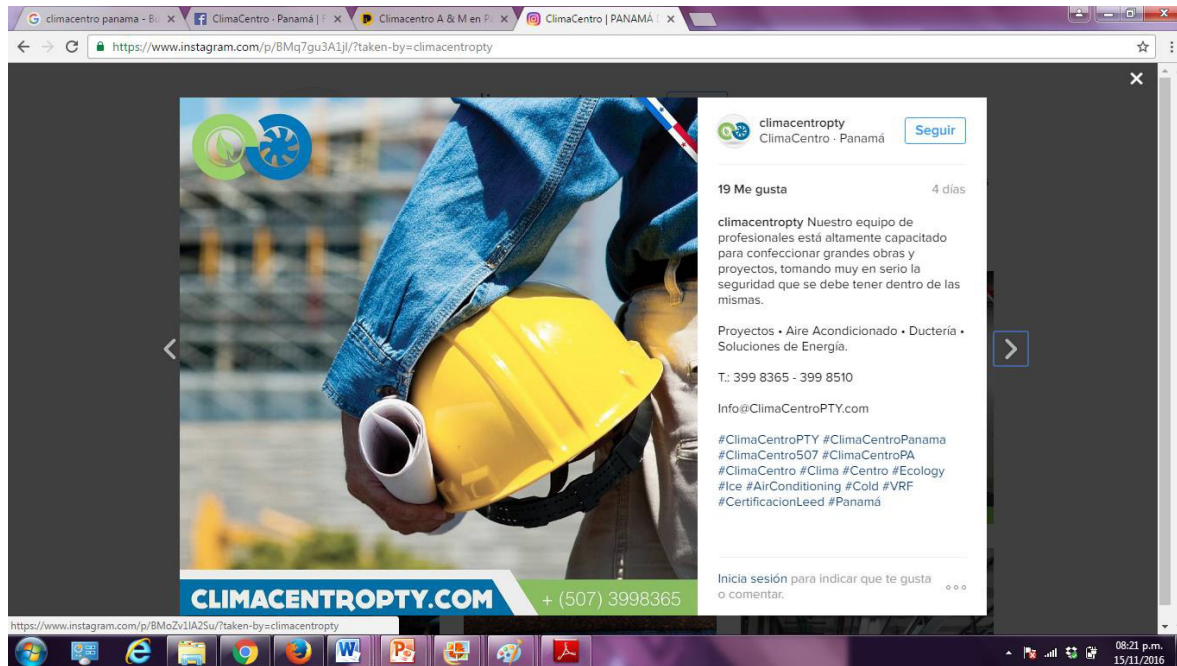


Fig. 28: Red Social Climacentro – Instagram. Pt.2

**CLIMACENTRO**

**¿QUIÉNES SOMOS?**

CLIMACENTRO ES UNA COMPAÑÍA DIRIGIDA AL MERCADO PANAMEÑO, CON EL FIN DE SATISFACER LAS NECESIDADES, EN CUANTO A LA ELABORACION DE OBRAS Y PROYECTOS DE CLIMATIZACION DE AMBIENTE, SOLUCIONES DE ENERGÍA Y VENTAS DE EQUIPOS PARA LOS SECTORES DE COMERCIALES, INDUSTRIALES Y RESIDENCIALES. BRINDANDO CALIDAD Y EXCELENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS OBRAS, CON UN PERSONAL CAPACITADO Y CALIFICADO PARA DICHS TRABAJOS.

NUESTRA EMPRESA CONTRIBUYE CON EL AMBIENTE ASESORANDO A SUS CLIENTES CON RESPECTO AL AHORRO DE ENERGÍA OFRECIENDO EQUIPOS QUE CUMPLA CON LA MISION ENERGÉTICA. OBTENIENDO ASÍ EL MEJOR COSTO-BENEFICIO EXISTENTE EN PANAMÁ.

**EXPERIENCIA**

PRESTAMOS SERVICIOS DE DISEÑO, INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE PROYECTOS DE CLIMATIZACIÓN, SOLUCIONES DE ENERGÍA Y VENTAS DE EQUIPOS. NUESTRO PERSONAL ESPECIALIZADO PUEDE EJECUTAR TRABAJOS DE INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTOS DE AIRES ACONDICIONADOS, TORRES DE ENFRIAMIENTO, SISTEMAS DE AGUA HELADA (CHILLERS), DUCTERÍA, TUBERÍAS EN DISTINTAS APLICACIONES, ELECTRICIDAD, ENTRE OTRAS.

CLIMACENTRO OFRECE UNA EXPERIENCIA COMPLETA PARA DARLE A SU PROYECTO EL CUIDADO QUE SE MERECE.



**CLIMACENTROPTY.COM**

**OFERTA DE SERVICIOS**



+ (507) 399 8365  
+ (507) 399 8510

Info@ClimaCentroPTY.com  
www.ClimaCentroPTY.com

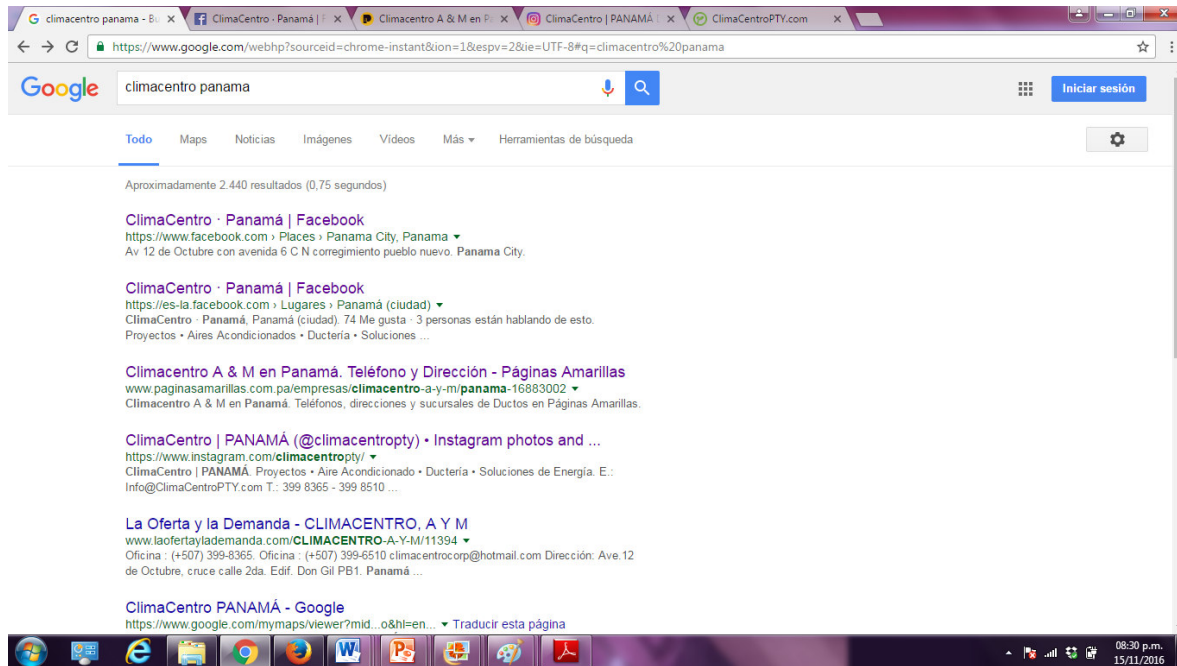
Av. 12 de Octubre 838 - Torre 04 - Edificio Calle  
Sector Centro Comercial Plaza Panamá - Panamá City

www.ClimaCentroPTY.com

FOLLOW US:

Fig. 29: BROCHURE PRESENTACIÓN DE SERVICIOS





**Fig. 30: Posicionamiento WEB - CLIMACENTRO**

**ClimaCentro A&M**  
Av. 12 de Octubre, cruce calle 2da. Edif Don Gil.

A 100 mts de Grill 50. Ciudad de Panamá.

Tlfs 507-3998365/3996510

Ricardo Anzola Ludevig / Asdrúbal Mansilla

Tlf 68399526                      Tlf 66199034

**Fig. 31: Firma Electrónica Anterior**

Saludos.

**Carlos Lovera M.**

Ingeniería de Proyectos · Cimacentro

Tel.: 399 8365 · Móvil: 6595 8919



ClimaCentroPTY.com · PANAMÁ

Salve un árbol! Piense en el medio ambiente!  
No imprima este e-mail a menos que sea realmente necesario.

**Fig. 32: Firma Electrónica Nueva**