



# FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación Audiovisual en Medios Digitales

“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL CAMBIO DE IMAGEN INSTITUCIONAL PARA REFORZAR LA FIDELIZACIÓN DE UNA EMPRESA DE INGENIERÍA HIDRÁULICA”

Trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de:

Licenciado en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales

Autor:

Pablo César Salazar Ávila

Asesor:

Lic. Julio Anthony Ortega Matías

Lima - Perú

2020

## DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo, a mis  
Padres por impulsarme a  
conseguir mis sueños, por  
estar en todo momento  
pendiente de mis estudios y  
cuidandome con todo el cariño  
que una persona puede recibir.

Hoy se lo dedico a ellos, por  
que no hay logro que consiga  
sin mostrarles mi gratitud.

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a la empresa Grupo Bonnett por haberme aceptado dentro de su organización y dejarme demostrar todas mis habilidades como profesional.

También, quiero agradecer a mi Asesor Lic. Julio Ortega, por brindarme todas las herramientas necesarias para el desarrollo de este informe y sobre todo su constante guía.

Por último, quiero darles las gracias a toda mi familia por motivarme a dar este paso tan importante en mi vida profesional.

## TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS .....	5
ÍNDICE DE FIGURAS .....	6
RESUMEN EJECUTIVO .....	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	11
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA .....	13
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	18
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMEDADIONES.....	20
REFERENCIAS .....	22
ANEXOS .....	23

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA.....	13
---	----

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 CUADRO ORGANIZACIONAL GRUPO BONNETT .....	9
FIGURA 2 RECONOCIMIENTO DE MARCA GRUPO BONNETT .....	10
FIGURA 3 VALORACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO .....	18
FIGURA 4 RANKING TRIMESTRAL DE VENTAS .....	18

## RESUMEN EJECUTIVO

Al ingresar a Grupo Bonnett encontré en el área de *marketing* algunas deficiencias: actividades digitales sin planificación, trabajo en equipo, diseños sin líneas gráficas establecidas, etc.

Decidí mejorar la efectividad de la empresa, administrando el área y a su personal.

Como asistente de *social media*, detecté los siguientes problemas: No contaban con una identidad visual<sup>1</sup> definida (manual de marca), los seguidores en sus redes no coincidía con su *buyer persona*<sup>2</sup>, problemas con la estructura de la página web.

Se plantearon los siguientes objetivos:

- Desarrollar un manual de marca.
- Rediseñar página web.
- Posicionar a la empresa con su *buyer persona*.

Se optó por utilizar las herramientas de diseño gráfico, mejorar el *branding*<sup>3</sup> y aumentar el tráfico dentro las redes.

Se logró destacar la marca y las diversas etapas fueron calificadas exitosas y eficientes.

---

<sup>1</sup> Identidad visual es un conjunto de elementos y símbolos que definen la identidad global de marca y que la hacen única y reconocible ante el mundo.

<sup>2</sup> *Buyer Persona* es una representación de nuestro consumidor potencial construida a partir su información demográfica, comportamiento, necesidades y motivaciones.

<sup>3</sup> *Branding* es la gestión inteligente, estratégica y creativa de todos aquellos elementos diferenciadores de la identidad de una marca (tangibles o intangibles).

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1. Reseña Histórica<sup>4</sup>

La empresa especializada en el rubro de ingeniería hidráulica tiene 43 años de desarrollo de actividad ininterrumpida, comenzó sus operaciones en la provincia de Chanchamayo, Junín el 24 de septiembre de 1977, dirigida por el señor Américo W. Bonnett Hermoza. En 1982, después de haber conseguido posicionar su marca en la ciudad de Junín, deciden trasladarse a la ciudad de Lima, donde comienzan a expandir más los productos que comercializan.

Después de un año de comenzar operaciones en la ciudad de Lima, en 1983, firma una alianza con la empresa internacional Pedrollo S.p.A. con quienes amplía su catálogo de productos de electrobombas.

#### a) Mision<sup>5</sup>

“Proveer soluciones integrales para el movimiento de fluidos, con una amplia línea de productos de gran calidad y alta eficiencia, con experiencia, responsabilidad y profesionalismo.”

#### b) Vision<sup>6</sup>

“Ser una empresa sólida e innovadora, comprometida con la satisfacción total de sus clientes, colaboradores y socios comerciales, con políticas orientadas a una fuerte estructura de servicio.”

#### c) Valores<sup>7</sup>

- **CONFIANZA.** Creemos que el éxito se basa en la relación de confianza entre nuestros colaboradores, accionistas, clientes y socios comerciales

---

<sup>4</sup> Información proporcionada por la empresa

<sup>5</sup> Información obtenida desde la página web

<sup>6</sup> Información obtenida desde la página web

<sup>7</sup> Información obtenida desde la página web

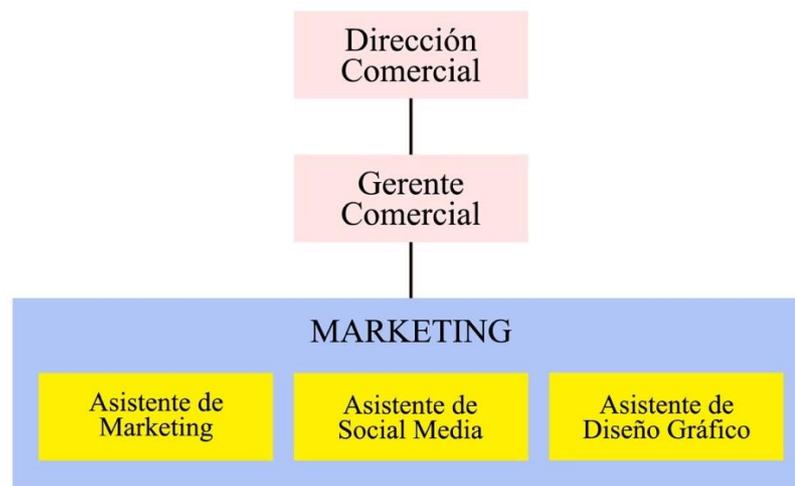
logrando así establecer un vínculo estrecho que beneficie el desarrollo de sus proyectos.

- **VERSATILIDAD.** Es parte del día a día responder ante cualquier desafío y estar dispuesto a encontrar la mejor solución a las necesidades de nuestros clientes.
- **PROXIMIDAD.** Comprometidos desde sus inicios en mantener un vínculo cercano con sus clientes para entender sus necesidades y ser parte de sus proyectos.
- **EFICIENCIA.** Comercializa productos de alta eficiencia con el menor costo de vida útil del mercado, a través de profesionales especializados que cuidarán su valiosa inversión.

## 2. Estructura organizacional<sup>8</sup>(Ver anexo 1)

La estructura organizacional dentro de esta empresa se ha ido modificando anualmente, de acuerdo con el crecimiento de esta, centrándose más en el área comercial.

FIGURA 1 CUADRO ORGANIZACIONAL GRUPO BONNETT



Salazar, P. (2020)

<sup>8</sup> Información proporcionada por la empresa

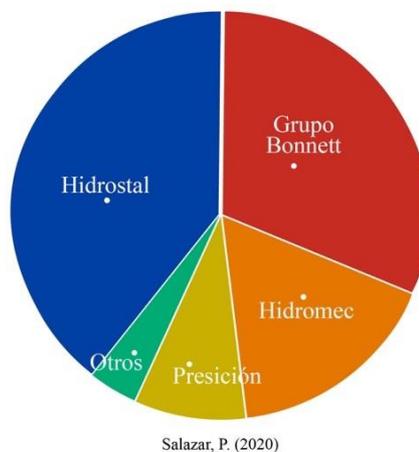
Cuenta con los siguientes cargos:

- Gerente Comercial realiza el seguimiento sobre las ventas realizadas por los asesores comerciales mes a mes, acude a las reuniones con nuevos proveedores y sobre todo es quien desarrolla el plan comercial anual con ayuda del área de *marketing*.
- Asistente de *Marketing* quien tiene a su cargo a un asistente de diseño y trabaja de la mano con el Asistente de *Social Media*, establece un presupuesto anual y las actividades a desarrollar con el fin de posicionar la marca dentro del rubro de ingeniería hidráulica.
- Asistente de *Social Media* desarrolla todas las actividades on line, ya sea campañas por búsqueda, estrategia en redes, elaboración de las piezas graficas digitales.

### 3. Catálogo de productos<sup>9</sup>

Grupo Bonnett ingeniería hidráulica comercializa alrededor de 256 productos entre electrobombas, artículos de grifería, glp y accesorios. Su mayor competidor es la empresa Hidrostal.

FIGURA 2 RECONOCIMIENTO DE MARCA GRUPO BONNETT



<sup>9</sup> Información obtenida de la página web y complementada por la empresa

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El desarrollo de mi experiencia profesional se ha logrado en diferentes empresas con diferentes encargos, una de ellas es la empresa Zamer Perú Administrador de Propiedades donde trabajé en el área de comunicaciones y mi labor era en el tema corporativo. Por otro lado, en la empresa Publicistas VyV Asociados estuve como asistente de producción siendo una de mis funciones principales el diseño de piezas gráficas y la de camarógrafo.

A través de este desarrollo, las áreas que más he visto y donde más elaborado son la de marketing y publicidad digital. Desde que ingrese a Grupo Bonnett busqué desarrollarme profesionalmente en estas actividades por lo que fui asignado al área de marketing y publicidad de la empresa donde realice las siguientes funciones:

- **IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑAS DIGITALES.** Elaboración de campañas por búsqueda en *Google Adwords*<sup>10</sup> para generar tráfico en la página web y campañas en *Facebook ads*<sup>11</sup> para aumentar el alcance y generar prospectos, donde apliqué los conocimientos del curso Taller de plataformas digitales.
- **ENCARGADO DE LA PÁGINA WEB.** Elaboración de artículos, ingreso de nuevos productos, actualización de eventos y atención por el canal de chat a los clientes potenciales, reforzado con los conocimientos del curso de redacción.
- **DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS PARA REDES SOCIALES.** Creación de piezas gráficas para Facebook, e-mail marketing, firmas digitales, etc. Donde utilicé las herramientas aprendidas en el curso de Diseño gráfico.
- **FOTOS Y GRABACIÓN DE VIDEOS.** Encargado de tomar fotos en los eventos (ferias, *Cocktail* de negocios, capacitaciones, etc.), fotografía y grabación de videos a los productos en almacén y en instalación. Afortunadamente conté con los cursos

---

<sup>10</sup> *Google Adwords* se utiliza para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes. Los anuncios patrocinados de Google Ads aparecen en: En la página de resultados junto con los resultados de búsquedas naturales u orgánicas.

<sup>11</sup> *Facebook Ads* es la plataforma de Publicidad de Facebook, te servirá para crear campañas y anuncios para tu empresa.

de taller y técnica audiovisual, fotografía avanzada y producción y post-producción audiovisual que me sirvieron para cubrir estas funciones.

Durante el desarrollo de las actividades, desafortunadamente no se podían realizar por razones administrativas en el tema de presupuesto, ya que no se ajustaban a los objetivos que se planteaba en la empresa.

Por otro lado, la empresa cuenta con un directorio y el tiempo de aprobación hacia cualquier proyecto a realizar, dificultaba las actividades programadas.

Otra limitación fue el manejo de la información ya que por su código de confidencialidad no se podía avanzar las actividades en campo, solo se podía trabajar en horario de oficina.

### CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

TABLA 1 DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA

Oficina	Puesto	Campo que has desarrollado
Marketing	Asistente de social media	Publicidad Digital
Marketing	Asistente de social media	Realización audiovisual
Marketing	Asistente de social media	Dirección Fotográfica
Marketing	Asistente de Marketing	Estrategia Corporativa
Marketing	Asistente de Marketing	Diseño Gráfico

Salazar, P. (2020)

Inicié mis labores dentro de Grupo Bonnett con el puesto de Asistente de Social Media el 7 de noviembre de 2016 hasta el 30 de junio de 2017, después fui promovido al cargo de Asistente de Marketing desde el 1 de Julio de 2017 hasta el 31 de diciembre de 2018.

Desarrollé el análisis de competencia digital de la empresa donde apliqué los conocimientos adquiridos del curso de Taller de Plataformas Digitales. Fruto de este análisis, se planteó el proyecto de mejora de Imagen Corporativa de Grupo Bonnett. Este proceso se dividió en etapas donde se trabajaron la propuesta corporativa, el posicionamiento de marca, el tema gráfico, la restructuración web, fotografía, producción y post producción de videos, por lo que se comenzó a desarrollar el proyecto de forma inmediata.

Comenzando con:

**PROPUESTA CORPORATIVA.** El objetivo principal fue Mejorar la identidad visual para Grupo Bonnett. Se planteó trabajar de la mano con una Agencia Creativa, ya que la empresa y su competencia utilizaban la misma gama de colores. Con ayuda de los conocimientos adquiridos en el curso de semiótica y teoría y técnica diseño gráfico, pude liderar el proyecto y armar las propuestas con nuestro proveedor, reportando cada avance a nuestro Gerente Comercial.

Esta etapa tuvo la duración de un año iniciando en mayo de 2017, contactándonos con la agencia creativa BrandLab. Las primeras semanas fueron de reuniones y de levantamiento de información junto con la agencia y el área encargada.

Durante el mes de junio y agosto 2017 se comenzó a presentar la información interpretada por parte de la agencia donde mostraron todo el análisis corporativo de la empresa y sus competencias, encontrando una oportunidad de mejora al proponer el cambio de logo.

Los siguientes meses se comenzó con la creación de la nueva filosofía de comunicación y a trabajar con un nuevo logo y la elaboración del manual de marca.

En diciembre de 2017 se detuvo el proyecto por desacuerdos por parte de la directiva en cuanto al nuevo diseño del logo, retrasando esta etapa hasta el mes de febrero 2018 donde se logró llegar un acuerdo por mayoría.

Ese mismo mes se comenzó con el proceso de registro de la nueva marca y entrega del manual de marca para comenzar con las propuestas de diseño.

Durante las próximas semanas se realizaban presentaciones de las piezas gráficas hasta tener el diseño aprobado por la directiva.

Finalizando el mes de Abril se presentaron todos los entregables como logo, manual de marca y piezas gráficas para comenzar con el desarrollo de la nueva imagen corporativa de Grupo Bonnett.

DEFICIENCIAS GRÁFICAS. Utilicé el paquete *adobe*<sup>12</sup> (*Photoshop e illustrator*) gracias a los conocimientos adquiridos en los cursos de teoría y técnica diseño gráfico y diseño gráfico editorial y publicitario, donde logré desarrollar nuevas piezas gráficas para las diversas plataformas digitales (Redes Sociales, E-mail Marketing, WhatsApp).

---

<sup>12</sup> *Adobe*, Software que contiene programas de diseño (*Photoshop, Illustrator, Premiere*).

**POSICIONAMIENTO DE MARCA.** Logré implementar campañas por búsqueda en *Google Adwords*<sup>13</sup> donde apliqué los conocimientos recibidos en el curso de taller de plataformas digitales. Así mismo, pude vincular las métricas con *Google Analytics*<sup>14</sup> con la finalidad de ajustar las campañas y obtener un mejor resultado.

**ESTRUCTURA DE LA PÁGINA WEB.** Debido a las fallas de la estructura web y con una nueva filosofía para Grupo Bonnett se decidió implementar una web minimalista, gracias al curso de arquitectura de la usabilidad pude formar parte del equipo que desarrolló la página web.

Este proyecto duró 5 meses. Durante la primera semana se realizó un cuadro de canvas, donde hicimos partícipes a los asesores comerciales, gerente y dirección comercial con la finalidad de aterrizar el contenido idóneo para la página web.

Con el concepto claro para la nueva página web, a partir de la semana 3 se comenzó con el desarrollo de esta, elaborada desde cero. En la semana 4 detectamos una problemática, las fotos de los productos, la cual hizo que el proyecto quedara en pausa y comenzar con la planificación de la fotografía.

**FOTOGRAFÍA.** En la producción del material fotográfico apliqué los conocimientos del curso de Fotografía avanzada y Diseño Gráfico Editorial y Publicitario con la finalidad de poder armar un catálogo de productos idóneos que se pueda mostrar en cualquier plataforma digital de la empresa. Con ayuda del área de marketing y con los conocimientos adquiridos en la universidad logré implementar un estudio fotográfico, donde pude manipular los tachos de luz, el rebotador y así obtener un mejor resultado con la foto de los productos.

---

<sup>13</sup> *Google Adwords* se utiliza para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes. Los anuncios patrocinados de Google Ads aparecen en: En la página de resultados junto con los resultados de búsquedas naturales u orgánicas.

<sup>14</sup> *Google Analytics* se basa en una plataforma de informes potente y fácil de usar para que pueda decidir qué datos desea ver y personalizar sus informes con solo unos clics.

El tiempo para la producción y post-producción del material fotográfico duró 1 mes, ya que el catálogo de productos de la empresa es de 256 productos.

Por otro lado, con el proyecto de la reestructuración web se venía supervisando semana a semana la maqueta, hasta tener un prototipo adecuado para emplearlo en un *focus group*<sup>15</sup>.

En el tercer mes, con ayuda de los asesores comerciales escogimos un grupo de 15 clientes para que navegaran dentro de la página web (beta), ya que necesitábamos obtener una retroalimentación y realizar las mejoras. Así nuestra web podría contar con experiencia de usuario.

Durante la primera semana del cuarto mes se realizó una reunión con los asesores comerciales, gerencia y dirección comercial con la finalidad de exponer las observaciones mencionadas por los clientes y así realizar los cambios necesarios durante este mes.

En el quinto mes, se comenzó con la migración de la página web al hosting de la empresa y se armó un protocolo para el lanzamiento de la nueva marca y de la nueva página web. El cual fue registrado en un evento de transmisión en vivo con fecha 1 de octubre de 2018.

**PRODUCCIÓN Y POST PRODUCCIÓN DE VIDEOS.** Se presentó el proyecto audiovisual por cada categoría de productos que contaba la empresa Grupo Bonnett, con el fin de presentarle a nuestros clientes, ya sean distribuidores o clientes finales la usabilidad de los equipos.

Para comenzar con el desarrollo de los videos utilicé los conocimientos aprendidos en los cursos de Lenguaje y técnicas audiovisuales y producción y realización de ficción ya que necesitaba realizar *storyboard*<sup>16</sup>, un guion técnico y un plan de rodaje.

Dependiendo de las líneas comerciales, las grabaciones varían entre uno o dos días.

---

<sup>15</sup> *Focus Group* reunión de grupo donde se va a conversar o debatir acerca de un tema concreto. Hay un perfil clave que es el moderador, imprescindible para guiar al grupo durante la sesión.

<sup>16</sup> *Storyboard* es un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, para previsualizar una animación o seguir la estructura de una película antes de realizarse o filmarse.

A la hora de realizar la post-producción los programas utilizados fueron *Adobe Premiere* para cortar, unir, agregar transiciones, modificar tonalidad de luces en la edición de videos y *After effects*<sup>17</sup> para darle animación al logo y algunos recursos adicionales para mejorar la dinámica del video.

En conclusión, durante estos dos años se logró elevar los índices de forma positiva en cada una de estas etapas calificándolas de éxito rotundo por parte de la gerencia.

El proyecto y dentro de todas estas actividades fueron exitosas lográndose las metas propuestas en cada una de estas áreas en los tiempos establecidos y dentro de los presupuestos. Por lo tanto, mi experiencia fue muy grata y mantengo la mejor de las relaciones con Grupo Bonnett.

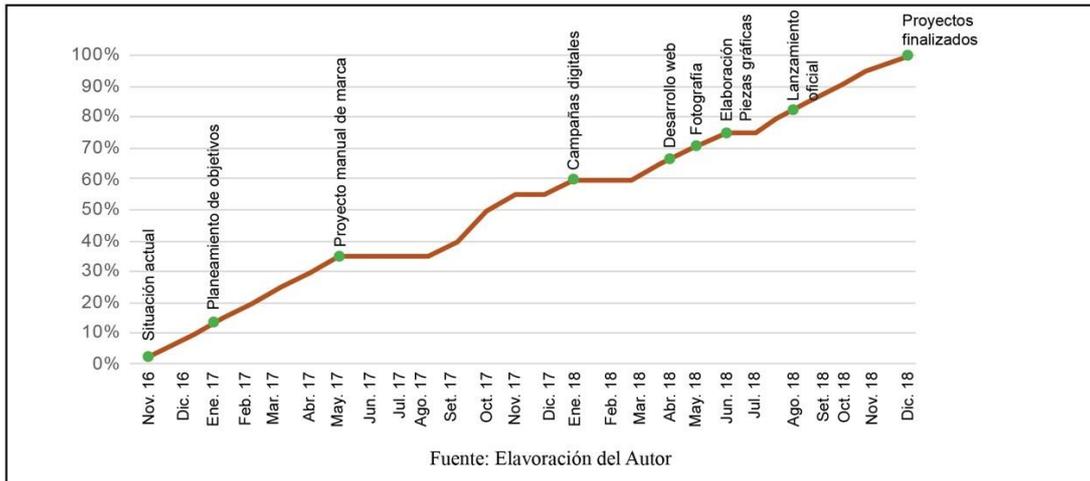
---

<sup>17</sup> *Premiere* y *After effects*, programas de edición y animación de videos.

### CAPÍTULO IV. RESULTADOS

El proceso fue considerado eficaz y eficiente, ya que se lograron cumplir con los objetivos de la empresa:

FIGURA 3 VALORACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

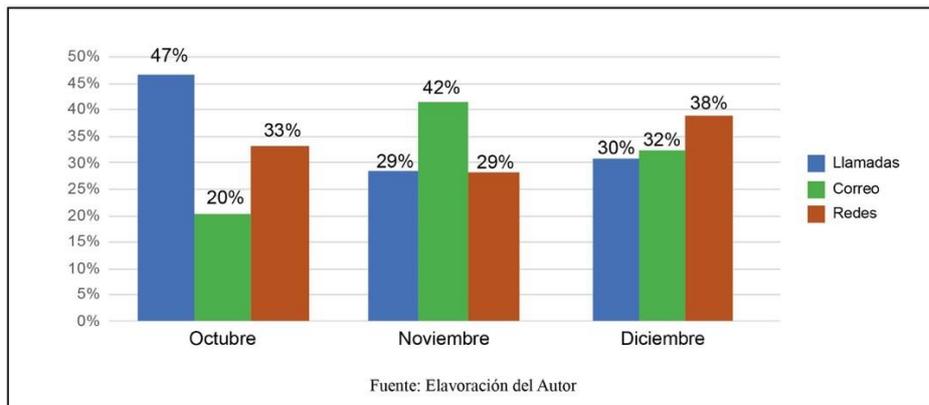


Salazar, P. (2020)

Obtuvimos un mayor posicionamiento de marca con el cambio de imagen institucional, debido a que implementamos un manual de marca donde respetamos los nuevos lineamientos gráficos. (ver anexo 2)

Logramos aumentar el porcentaje de ventas a través del canal digital con la ayuda de las campañas realizadas en *google adwords* y en *facebook ads*.

FIGURA 4 RANKING TRIMESTRAL DE VENTAS



Salazar, P. (2020)

Mejoramos la usabilidad de la página web, convirtiéndola en una interfaz amigable hacia los clientes potenciales y sobre todo ofrecer de forma digital el catálogo de productos con los que cuenta Grupo Bonnett tanto para al cliente final o distribuidor. (ver anexo 3)

Obtuvimos un mayor impacto digital a la hora de ofrecer los productos comercializados a través de materiales audiovisuales. (ver anexo 4)

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMEDADIONES

Se logró la conclusión del proyecto comunicacional: Estructura de la página web, gracias a los conocimientos adquiridos en el curso de teoría y técnica de la fotografía y fotografía avanzada pude realizar una sesión fotografica de todo el catálogo de productos con los que cuenta la empresa, así como también con lo aprendido en el curso de arquitectura de la usabilidad tuve a mi cargo el proyecto de la página web, debido a las modificaciones realizadas, se pudieron obtener mayor porcentaje de leads y así generar rotación entre los productos que ofrece la empresa Grupo Bonnett.

Se logró alinear la empresa bajo los nuevos parámetros gráficos con el proyecto comunicacional: Propuesta corporativa, donde logré implementar las herramientas proporcionas por la universdiad con el curso de diseño gráfico publicitario para construir las nuevas piezas gráficas de la empresa, así mismo el curso de semiótica me permitió analizar los colores empleados en la nueva propuesta del logo y sobre todo el análisis del imagotipo los mejorar la identidad visual de la marca.

Este proyecto se desarrolló de la mejor manera sin encontrarse deficiencias, vacíos o puntos que quedaron en el aire. Todo lo contrario, se desarrollaron todos los aspectos que se planteron en un inicio del proyecto y como resultado de este desarrollo profesional mi experiencia ha crecido, ya que todas estas etapas me permitieron vincular la información obtenida en cursos ofrecidos con la universidad y contactarme con compañeros.

Debo mencionar que la experiencia profesional que he recogido en Grupo Bonnett me ha ayudado ha desarrollar el área gerencial, elaboración de proyecto y liderazgo. He comprobado que estoy capacitado y me gusta liderar equipos creativos, especialmente en proyectos de comunicación digital, logrando aplicar lo aprendido en los cursos de la universidad los cuales fueron narrativa transmedia, diseño gráfico, taller de plataforma digitales, fotografía avanzada, etc.

De acuerdo a la experiencia vivida en esta empresa principalmente podría recomendar que los estudiantes de comunicación audiovisual en medios digitales fortalezcan sus habilidades en las áreas fotografía para redes sociales, comercio electrónico y creación de campañas en display, ya que en la actualidad las empresas están tomando en cuenta poder posicionarse o fidelizar a su comunidad en las diversas plataformas que hoy en día existen.

## REFERENCIAS

American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7<sup>th</sup> ed.). <https://doi.org/10.1037/0000165-000>

Hernández, R. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ta ed.).

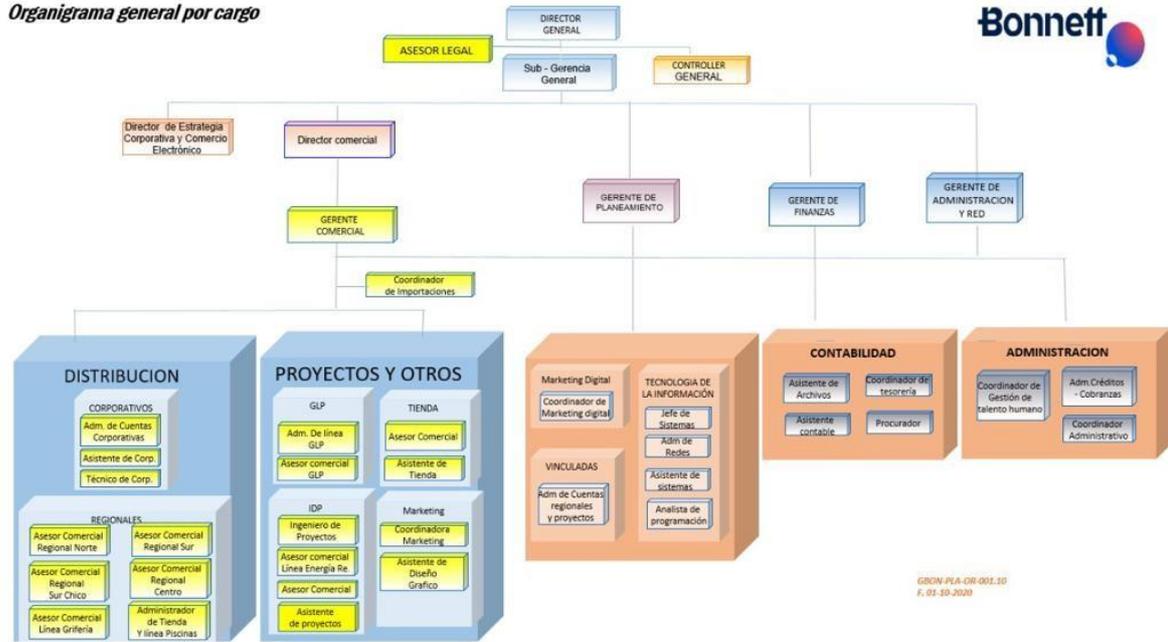
Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación (5ta ed.).

Rodríguez, U. y Buelvas, V. (2017). El Manual del tesista: Consejos prácticos para que termines tu tesis en un mes.

**ANEXOS**

**Anexo n.º 01. ORGANIGRAMA GRUPO BONNETT**

*Organigrama general por cargo*



Anexo n.º 02. PIEZAS GRÁFICAS

ENCARTE PUBLICITARIO

**Bonnett**

**Electrobombas con tecnología hidráulica más avanzada**

Equipos fiables y de alta calidad de fabricación italiana.

Para el sector:

- Residencial: Civil, Industrial.
- Agrícola: Minería.

ELECTROBOMBAS SUMERGIBLES: MSR / KSR

**PEDROLLO**  
Bombas para agua

PERFORADA: PR, CENTERFLUX: CF, AUTOBORNANTE: TCM, MULTIFASE: SDF

DRENTE PARA AGUAS CLARAS: TSP, DRENTE PARA AGUAS SUCIAS: WC, DRENTE PARA AGUAS SUCIAS: D, SUMERGIBLE SELADO FLUJO: SFLS

**Bonnett**

**Electrobombas para grandes proyectos**

Solares con calidad e innovación de fabricación española.

Para el sector:

- Residencial: Civil, Industrial.
- Agrícola: Minería.

TURBINA VERTICAL Y

**IDEAL**

HERIZONTAL: DE - IBC, HERIZONTAL "EN LINEA": HA, SUMERGIBLE PARA DRENTE: SD, ELECTROBORNANTE DE ACORDE: D

HERIZONTAL DE ALTA PRESION "EN LINEA": HA, ELECTROBORNANTE PARA CIMENTACION: IBC, MULTICELULAR HERIZONTAL: AP, CÁMERA PARTIDA: CP

**Bonnett**

**Electrobombas para uso industrial**

Electrobombas fabricadas en Italia que se han diseñado para trabajar a la perfección con la más innovadora de nuevas tecnologías y un soporte técnico para lo cotidiano.

Para el sector:

- Residencial: Civil, Industrial.
- Agrícola: Minería.

MULTIFASE SUMERGIBLE: SDF / SRS

**C.R.L. PUMPS**  
Pumps for water

MULTIFASE VERTICAL: SDF, SUMERGIBLE PARA AGUAS RESIDUALES: SR, HERIZONTAL CON ACORDE: IBC

AVISO PUBLICITARIO DE REVISTA

**Petrainmeccanica** | **ACTWELL**

**pompetravaini** | **ARMONICI REVERBERI**

**RUHRPUMPEN** | **WILSON**

**Bonnett**

**EQUIPOS PARA ESTACIONES DE SERVICIO GLP**

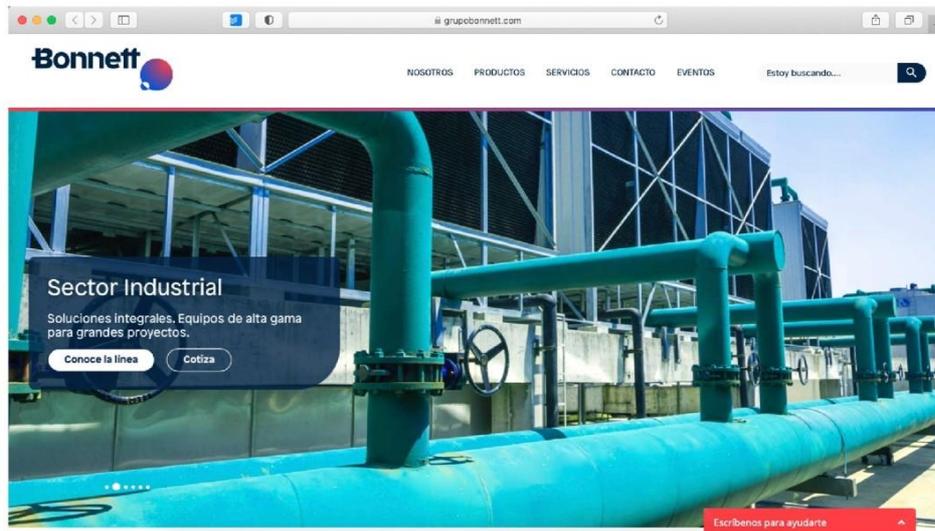
INSTALACION  
—  
PRUEBAS  
—  
MANTENIMIENTO

**Bonnett**

**ACTWELL**

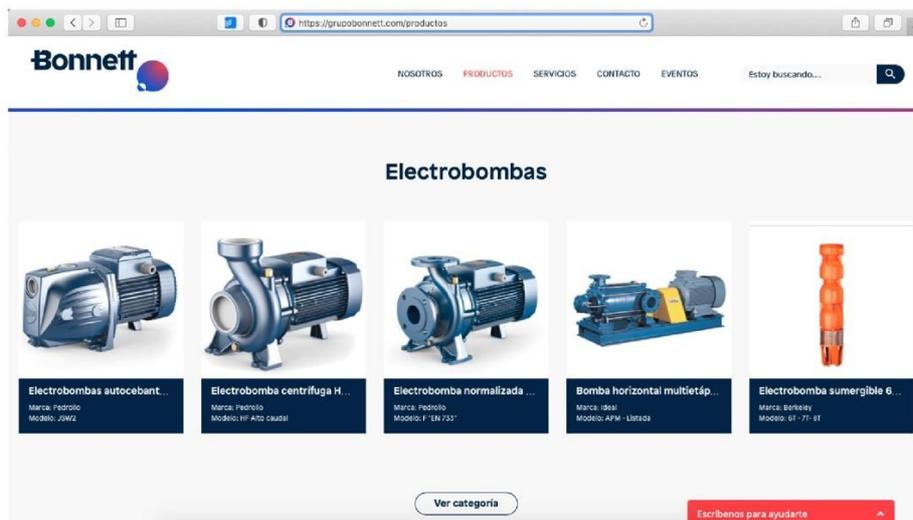
### Anexo n.º 03. PÁGINA WEB

#### PORTADA DE LA PÁGINA WEB



Captura directa de la página web

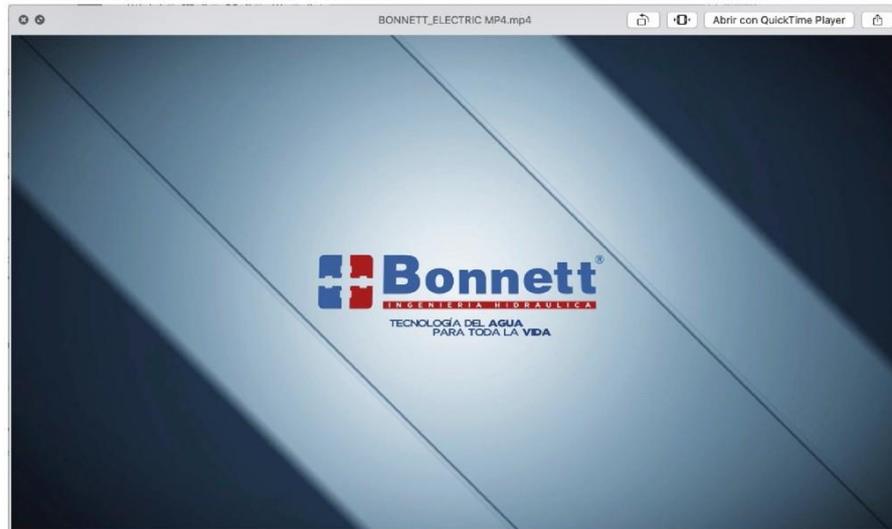
#### PARTE INTERNA DE LA PÁGINA WEB



Captura directa de la página web

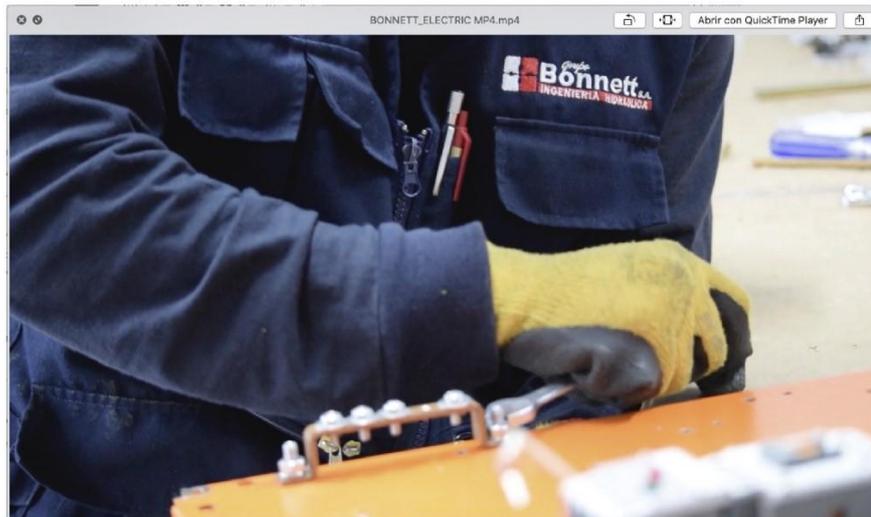
## Anexo n.º 04. MATERIAL AUDIOVISUAL

### VIDEO PUBLICITARIO N° 04 - BONNETT ELECTRIC



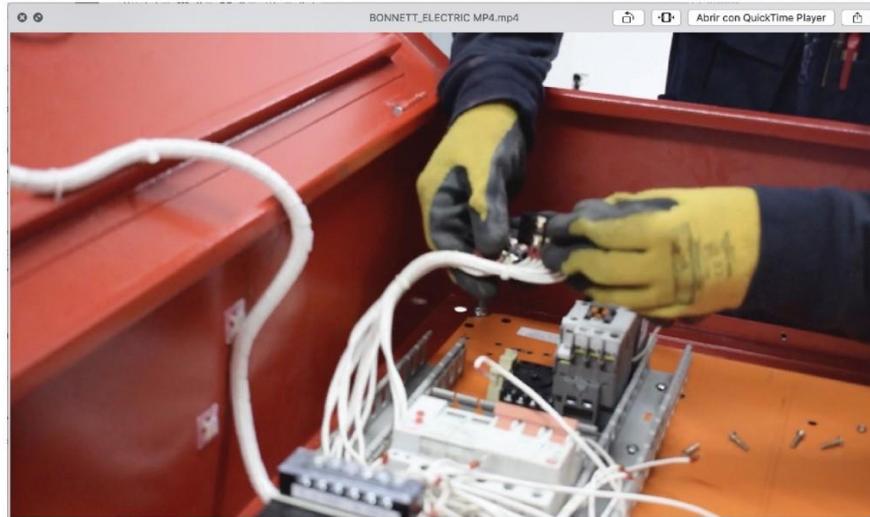
Captura de video original

### MUESTRA DE LA INGENIERIA ELECTRICA – ENSAMBLADO DE TABLEROS



Captura de video original

MUESTRA DE LA INGENIERIA ELECTRICA – MANTENIMIENTO DE TABLEROS



Captura de video original