



**ESTANCIA PROFESIONAL**

**E-Marketing, Gestión del Conocimiento  
y Administración de Contenidos WEB**

**José Carlos Pujol Sandoval  
Empresa KM Solución**

**2014**





## DESCRIPCIÓN DEL ÁREA

### Descripción general



KM Solución es una firma de especialistas que ofrece soluciones de clase mundial a las empresas con el propósito de alinear el talento del personal, en los procesos, sus productos y servicios, que finalmente impactan en los resultados de la empresa mediante el empleo de técnicas, métodos y estrategias de conocimiento y experiencias profesionales.

La empresa KM Solución está dividida en dos áreas, una sería el área de administración-mercadotecnia y la otra el área de sistemas (desarrollo). El director de la empresa es el Ingeniero Heriberto Aja Leyva, la coordinadora de administración y TI es Daniela Hernández y el gerente de TI el Ingeniero Leonardo Llanes. Estos dos últimos tienen a más gente a su cargo a quienes se encargan de coordinar con las diferentes actividades a realizar.

En el área de sistemas actualmente estamos 2 practicantes realizando las mismas actividades de E-Marketing, Gestión del Conocimiento y Administración de Contenidos WEB, cada uno con distintos clientes.

El trabajo es realizado normalmente desde la oficina, teniendo contacto con los clientes por medio de correos electrónico y vía telefónica, así como juntas semanales que se hacen con los clientes de la empresa para presentar avances y ver los detalles de cada una de las actividades a realizar.

A continuación se describen la misión y la visión de KM Solución.

#### **Misión:**

Brindar un servicio de alta prioridad para nuestros clientes, un liderazgo enérgico y contundente en el proceso de cambio con enfoque en resultados, tomando como base el involucramiento y la participación de todas las personas de la empresa y el talento de sus mandos medios. [2]



## **Visión:**

Promover el desarrollo del conocimiento y capitalizar el talento de mandos medios gerenciales y mandos directivos para mejorar el nivel de la competitividad de empresas de México y de América Latina. [2]

A continuación se describen los principales servicios que ofrece la empresa.

## **Consultoría**

Alineación de áreas de la empresa hacia objetivos comunes; coordinación de procedimientos hacia un proceso integral; incorporación de tecnologías de la información hacia objetivos corporativos.

### **Soluciones en consultoría:**

- Proceso de alineación estratégica de mandos medios generales y directivos.
- Técnicas y proceso de ventas.
- Administración de tecnologías de la información para cualquier tipo de empresa.
- Gestión de conocimiento Knowledge Management.

## **Capacitación:**

Capacitación a través de cursos especializados que se brindan de una manera exclusiva o abierta; diseñados según necesidades específicas de la empresa de acuerdo a sus objetivos y metas.

### **Soluciones en capacitación:**

- Taller en alineación estratégica.
- Taller en tecnologías y proceso de ventas.
- Taller en calidad en el servicio.
- Taller en administración de tecnologías de la información.
- Taller para el desarrollo de supervisores.
- Taller en formación general.
- Taller en e-marketing, utilizando las tecnologías de la información en ambiente web.







## JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La mercadotecnia en Internet es un componente del comercio electrónico. Puede incluir la gestión de contenidos, las relaciones públicas, el servicio al cliente y las ventas. El comercio electrónico y la mercadotecnia en Internet se han vuelto más populares en la medida en que los proveedores de Internet se están volviendo más accesibles. Más de un tercio de los consumidores que tienen acceso a Internet en sus hogares afirman haber utilizado este medio para realizar sus compras.

KM solución despliega su servicio acorde a los planes de desarrollo de las empresas e integran las herramientas específicas que ya estén a disposición, logrando un proyecto eficiente e implementando el E-Marketing en cada uno de sus clientes.

### **Objetivos del proyecto:**

- Administrar la base de datos y obtener mayores prospectos y clientes.
- Realizar disparos masivos de banners para distintas empresas.
- Depurar la base de datos de prospectos y sospechosos de la Abastecedora Tamaura.
- Generar tráfico en la página y en las distintas redes sociales para la empresa Abastecedora Tamaura.
- Actualización semanal de reporte de indicadores y bitácora de disparos.





## PROBLEMÁTICA A RESOLVER

### **Abastecedora Tamaura**

La empresa ya contaba con una página web la cual no tenía mucho tráfico, y éste era un problema para la empresa debido a que se percibía que no servía de nada estar pagando un host si ésta no les estaba generando ningún tipo de ganancia.

Otra problemática fue que la empresa ya contaba con una gran base de datos de clientes pero no todos tenían un e-mail que se pudiera usar para el proceso de e-marketing.

Se necesitaban fotografías de cada uno de los productos que tenían en su inventario para poder representarlos en su página web y el cliente pudiera ver gráficamente el producto que estaba a la venta y no sólo mediante una descripción.

Se necesitaba dar a conocer toda la información relacionada a los servicios y productos de la empresa y su giro empresarial para atraer más clientes.

### **911 Seguridad Electrónica y MDE-i**

No existía un buen diseño de banners para el proceso de e-marketing y se necesitaba construir un tablero de banners con la campaña completa, lo cual incluiría 13 banners con los distintos servicios y productos que ofrecen dichas empresas.



## **ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **ALCANCES**

Los alcances deseados eran poder aumentar las ventas de las empresas con las que se estaba trabajando mediante los distintos procesos mencionados en el proyecto que son el E-marketing, la Gestión del Conocimiento y la Administración de los contenidos WEB. Se deseaba hacer crecer las bases de datos de los clientes activos, así como generar prospectos y suspectos que en algún determinado momento pudieran convertirse en clientes activos.

Mediante la publicidad y la mercadotecnia se deseaba alcanzar que un gran porcentaje de las personas que viven en Hermosillo, Sonora, conozcan de la existencia de dichas empresas.

### **LIMITACIONES**

Una de las limitaciones más grandes fue que las bases de datos de clientes no contaban en su totalidad con un correo electrónico que pudiera utilizarse para llegar hasta el cliente mediante internet.

El E-marketing en Internet requiere que los clientes utilicen las nuevas tecnologías en lugar de los medios de comunicación tradicionales. La baja velocidad de las conexiones a Internet es un obstáculo: si las empresas construyen sitios web grandes o demasiado complejos, las personas conectadas a Internet a través de conexiones de acceso telefónico o de los dispositivos móviles, experimentarán importantes retrasos en la entrega de contenido. [5]

## FUNDAMENTO TEÓRICO DE LAS HERRAMIENTAS Y CONOCIMIENTOS APLICADOS

### *MAILCHIMP*

Por medio de esta herramienta se logra ver el número exacto de correos electrónicos enviados, rebotados, abiertos, los que le dieron clic para ingresar a la página web, las respuestas de los contactos, etcétera, está dividido en varios segmentos, ya sea por ubicación geográfica, tipo de navegador con el cual se abrieron los correos, entre muchas otras facilidades que proporciona la herramienta.



### *GOOGLE ANALYTICS*

Google Analytics es un servicio gratuito de estadísticas de sitios web. Ofrece información agrupada según los intereses de tres tipos distintos de personas involucradas en el funcionamiento de una página: ejecutivos, técnicos de marketing y web masters. Se pueden obtener informes como el seguimiento de usuarios exclusivos, el rendimiento del segmento de usuarios, los resultados de la campaña de marketing, el marketing de motores de búsqueda, las pruebas de versión de anuncios, el rendimiento del contenido, el análisis de navegación, los objetivos y proceso de re-direccionamiento o los parámetros de diseño web. Este producto se desarrolló basándose en la compra de Urchin por parte de Google. [4]



### *PHOTOSHOP*

Es un editor de gráficos desarrollado por Adobe Systems principalmente usado para el retoque de fotografías y gráficos. Es líder mundial del mercado de las aplicaciones de edición de imágenes y domina este sector de tal manera que su nombre es ampliamente empleado como sinónimo para la edición de imágenes en general.





## *E- MARKETING*

El marketing digital engloba publicidad, comunicación y relaciones públicas. Es decir, abarca todo tipo de técnicas y estrategias de comunicación sobre cualquier tema, producto, servicio o marca (empresarial o personal) en cualquiera de los medios existentes, como son Internet (ordenadores), telefonía móvil (móviles o tabletas). Con el fin de tener un mejor lugar en el mercado y enriquecerse de más clientes, por eso las empresas buscan cada vez más innovar en este ámbito.

## *BANNER*

Un banner es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad en línea consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web. Prácticamente en la totalidad de los casos, su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión.

## *MAPAS GIS*

Un sistema de información geográfica (SIG o GIS) es una integración organizada de hardware, software y datos geográficos diseñada para capturar, almacenar, manipular, analizar y desplegar en todas sus formas la información geográficamente referenciada con el fin de resolver problemas complejos de planificación y gestión geográfica.

El SIG funciona como una base de datos con información geográfica (datos alfanuméricos) que se encuentra asociada por un identificador común a los objetos gráficos de un mapa digital. De esta forma, señalando un objeto se conocen sus atributos e inversamente, preguntando por un registro de la base de datos se puede saber su localización en la cartografía.



## PROCEDIMIENTOS Y ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Cuando ingresé a la empresa KM Solución el primer paso por hacer, fue la presentación con el personal que trabajaba actualmente ahí. Y respectivamente sus puestos y actividades que desarrollaban dentro de ésta.

Para conocer los procesos y servicios de la empresa fue entrar a su sitio web como se muestra en la figura 1 y ver cada uno de los servicios e información que se le muestra al cliente y posteriormente se realizó un resumen de la página web de la empresa ([www.kmsolucion.com](http://www.kmsolucion.com)).

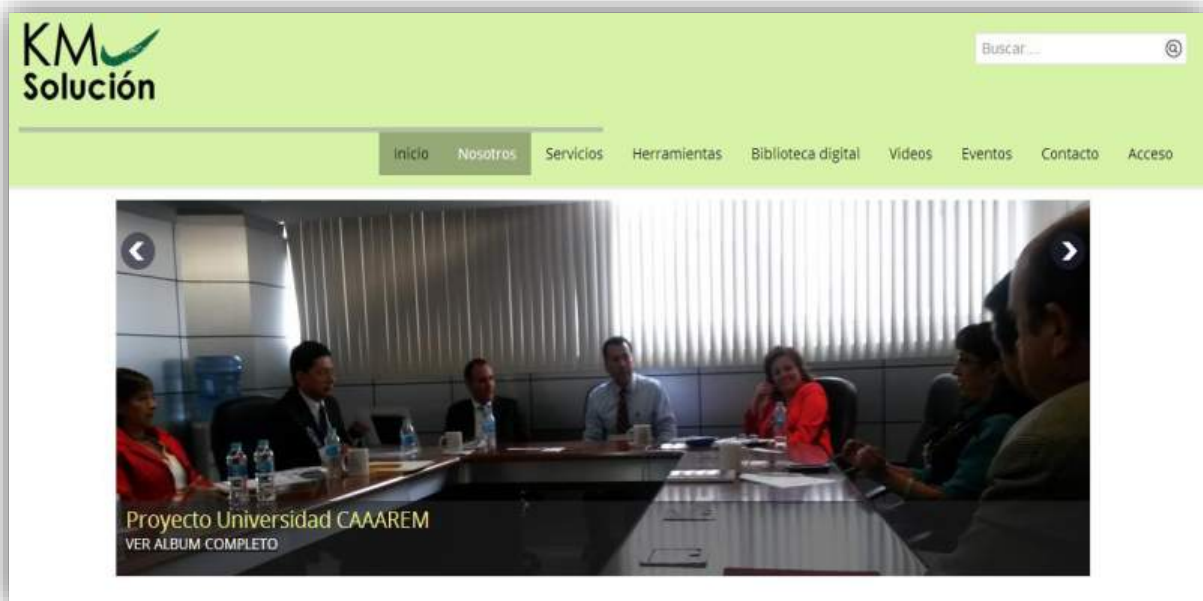


Figura 1. Sitio WEB de KM Solución

Posteriormente para conocer más a fondo los enfoques, servicios y procesos de la empresa, se nos dio la tarea de ver cada uno de los videos con los que cuenta la página de KM Solución, que contienen temas motivacionales, administración gerencial, procesos de ventas, manufacturación, tecnología e innovación, capital humano. Estos videos nos dan una descripción muy concreta y detallada de lo que se realiza en esta empresa.







## **Actividades desempeñadas con los clientes**

La página web con la que contaba Abastecedora Tamaura no tenía mucho tráfico, por lo que se ofreció una junta con dos personas de la empresa Javier Almada y Benjamín Viramontes para ver la problemática. Se acordó realizar un diseño de banner (aviso de seguridad) que contaba con información de sus productos y servicios con el fin de dar una información más clara y precisa para el cliente también como dar a conocer más su sitio web. Asimismo, tratar dudas y puntos importantes que se llevarían a cabo dentro de la campaña de E-Marketing.

Dicha empresa ya contaba con una base de datos, la cual refería con distintos campos como: nombre, correo electrónico, dirección, colonia y se requirió agregarle 2 campos más (latitud y longitud) con el fin de tener una estadística geográfica más precisa de la dirección, estos datos fueron obtenidos del sitio de *GOOGLEMAPS* como se muestra en las figuras 4 y 5.

Se buscó encontrar un mayor número de prospectos y clientes, lo cual llevó a buscar correos electrónicos en distintos medios, como en el sitio oficial de INEGI, y base de datos con las que ya contaba a la empresa KM Solución y así poder agrandar la base de datos.

Al no contar con un tablero de banners, se diseñó uno con el fin de llevar un control del disparo de cada uno de los banners, en el cual se reflejaría información de las distintas empresas con las que se estaba trabajando e información de sus productos y servicios.

Se tuvo contacto directamente con el encargado de comercialización Benjamín Viramontes de la empresa Abastecedora Tamaura, con el fin de tener buenas propuestas y aclarar dudas, para así llegar al objetivo deseado.

También se trabajó en la actualización de redes sociales, ya que las empresas contaban con perfiles que no eran actualizados constantemente, solo se difundía información con la publicación de cada uno de los banners.



A	B	C	D	E	F	G
DIG	NOMBRE	CORREO ELECTRÓNICO	DIRECCIÓN	COLONIA	LAT	LOG
1	ENRIQUE ALARCON ARIAS	lic.enrique.alarcon.arias@hotmail.com	AV. DE LOS OASIS No. 16 ENTRE PAMPAS Y CALLEJON ROSALES	LAS PRADERAS	29.063.057	-110.970.182
2	ROSA MARTINEZ VERDUGO	maribelsierra@hotmail.com	PUESTA DEL SOL No.31 ENTRE ALBORADA Y PASADIZO	PALMAR DEL SOL	29.078.265	-110.980.221
3	GERARDO MARTINEZ VERDUGO	hgerardo@laynedemexico.com	AURORA No.31 ENTRE OASIS Y AMANECEER	PALMAR DEL SOL	29.078.157	-110.977.623
4	MEDIPHARMA, S.A. DE C.V.	medipharma1@hotmail.com	ALBORADA No.66 ENTRE PERIF. PONIENTE Y PUESTA DEL SOL	PALMAR DEL SOL	29.079.423	-110.980533
5	DULCERIA LA FIESTA / GISELA EDITH CHAZARO CARDENAS	giselachazaro@yahoo.com.mx	BLVD. SOLIDARIDAD No. 690 L-5 CASI ESQUINA BLVD LAS TORRES	LIBERTAD	29.115.779	-110.992414
6	MEDIAS Y MEDIAS	mediasymedias-dg@hotmail.com	AV. JUAREZ No.170 ESQUINA GUAYMAS	MODELO	29.127.578	-110.989.353
7	TRAVEL TIME AGENCIA DE VIAJES	liliana@traveltime.com.mx	BLVD. NAVARRETE No.127 L-15 CASI ESQUINA BLVD SOLIDARIDAD	SANTA FE	29.088835	-110.990.630
8	LAILA MAINFELT	laila1967@hotmail.com	AV. DE LAS ALAMEDAS No.10 ENTRE DE LAS HUERTAS Y DE LAS MONTAÑAS	LAS PRADERAS	29.112.603	-110.978757
9	ESCUELA PALO ALTO	paloaltoescuela@hotmail.com	AGUASCALIENTES No.122 ENTRE REYES Y NARANJO	SAN BENTO	29.095254	-110.961954
10	RAMON ANGEL BERNAL	rabernal@hotmail.com	ESPERANZA No.1501 ENTRE SAN ANTONIO Y CABO BLANCO	NUEVA PALMIRA	29.116.392	-111.020.681
11	LAYNE DE MEXICO, S.A. DE C.V. (LEO WURTZ)	layne.mexico@layne.com, sheila.gonzalez@layne.com	PASEO SANTA FE No.39 ENTRE PASAMONTE Y PERIFERICO PONIENTE	SANTA FE	29.087.627	-110.990976
12	EDUARDO COTA	rhidalgo_ecotrucking@telmexmail.com, sahara_448@hotmail.com	NETZAHUALCOYOTL No.201 ESQUINA. TEMPLO DE MITLA	VALLE DEL MARQUEZ	29.026.960	-110.945343
13	NOTARIA 72 / GILBERTO OTERO VLZ	grecla_no@hotmail.com	OLIVARES No.48 LOCAL 1 ENTRE CAMPECHE Y QUINTANA ROO	OLIVARES	29.096.038	-110.978.264
14	MARTHA DENOGEAN / ALAN FELPE PAYAN DENOGEAN	paloaltoescuela@hotmail.com	AV. 11 No.50 ENTRE CALLE UNO Y PASEO SACRAMENTO	SACRAMENTO	29.119.197	-110.955.440
15	RESTAURANT EL POSEDON / DAMIAN MEDINA SILVA	ccarina67@hotmail.com	MODELO			
16	JUANEL EDUARDO VILLARREAL	eduardovillareal@hotmail.com	PASEO PALMA DORADA No.2-A ESQUINA	PALMA DORADA		

Figura 4. Representación de base de datos en Excel.

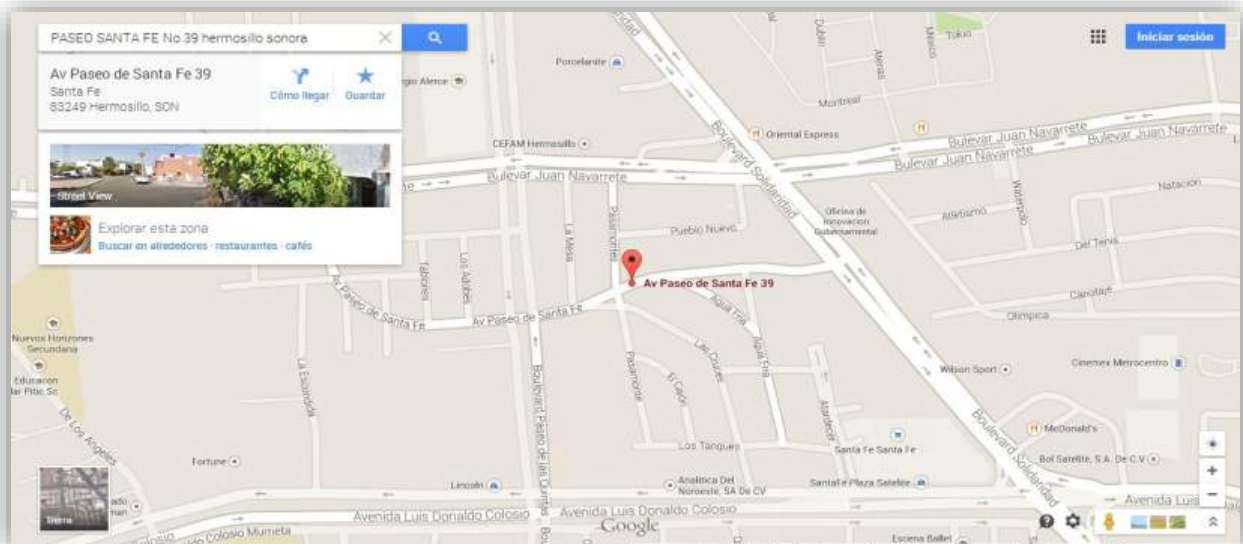
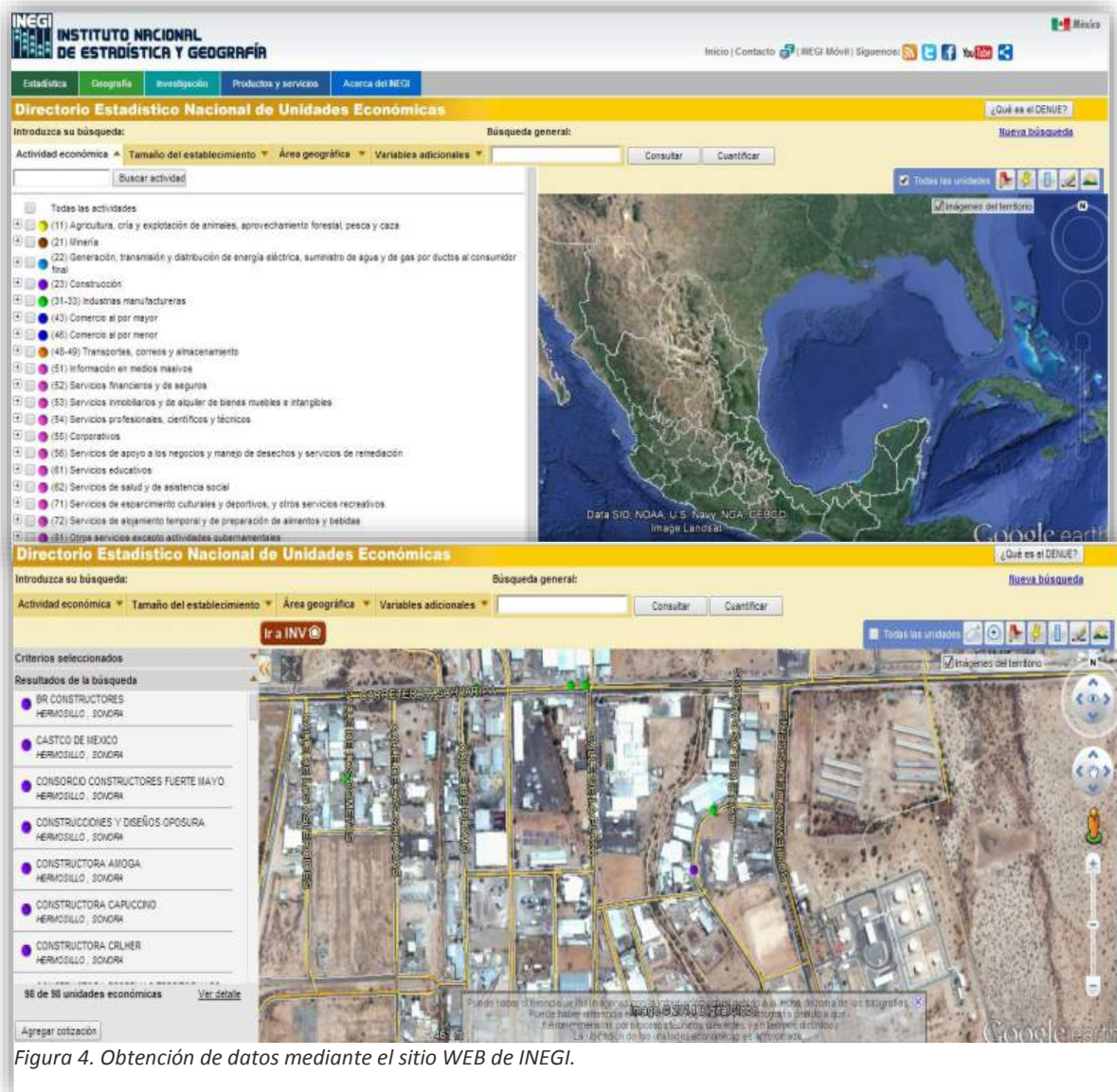


Figura 5. Geo posicionamiento con Google Maps.

También fue utilizada la herramienta de estadísticas geográficas de INEGI como se puede ver en la figura 6, esto ayudó finalmente, para fortalecer todo este acervo estadístico, ya que INEGI ha diseñado diversas herramientas de acceso que se ubican en la sección Bancos de datos, con las cuales se permite la lectura de información en línea y la consulta y descarga de datos, ambas modalidades a nivel municipal, estatal y nacional; con éstas se pueden descargar grandes volúmenes de datos, desagregados a nivel localidad, área geoestadística básica (AGEB) o micro datos, para un manejo local. [3]

Lo anterior, como requisito recurrente para la captura de prospectos, suspectos y clientes de los cuales se capturaba la información de nombre, razón social, correo, teléfono, longitud y latitud para retroalimentar nuestras bases de datos para clientes y con las que posteriormente se realizarían los disparos de banners.



La información obtenida de este medio ayudaba a tener una base de datos georeferenciada para la herramienta Mapa GIS, uno de los servicios brindados a Tamaura por parte de KM Solución, sin embargo de esta misma información se filtraban los campos nombre y correo electrónico, los cuales eran usados para el procesos de E-marketing. Estas listas eran elaboras en Excel (ver figura 7).

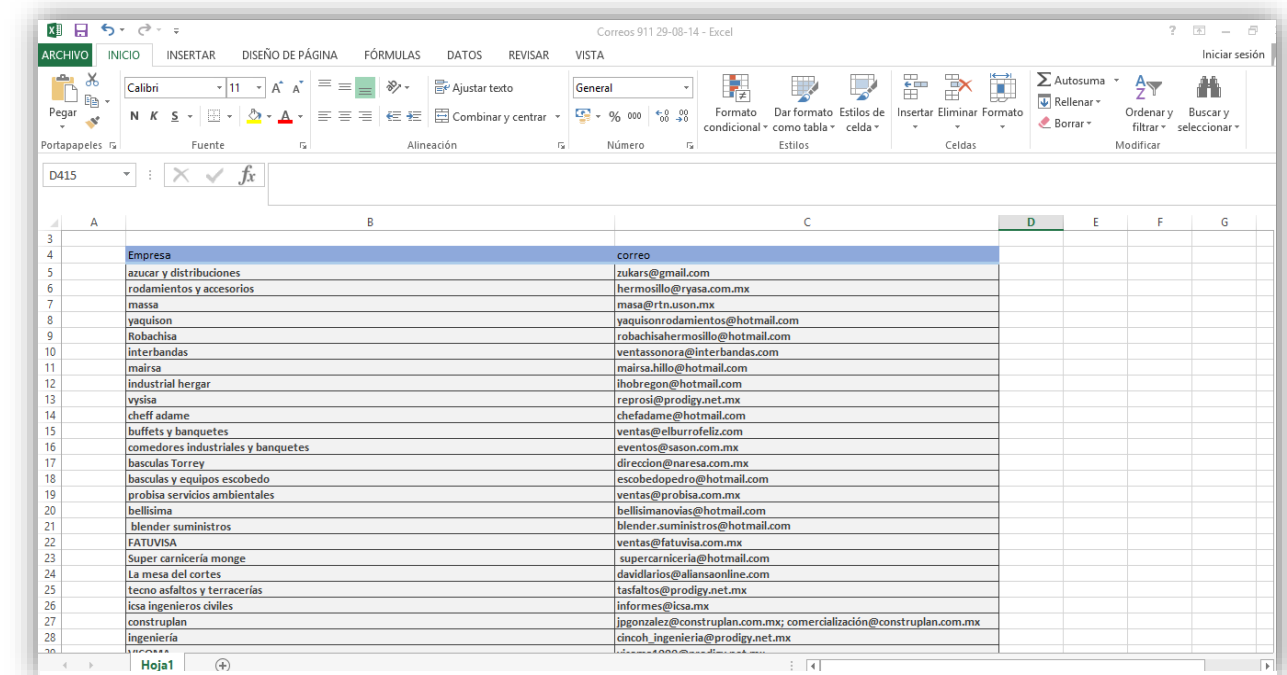


Figura 5. Captura de datos en Excel.

Posteriormente, se continuó con el proceso de E-Marketing, se realizó el diseño de una novela de 13 banners, representados en las figuras 8 y 9, con la información importante de la empresa como: página web, dirección, teléfono, giro de la empresa e información de sus productos o servicios y éstos se envían a los distintos clientes de la empresa, así como a los prospectos y suspectos con los que se cuenta en las bases de datos.



Figura 8. Diseño del Banner de Abastecedora Tamaura.





Campaña de 13 Disparos									
Nombre de Campaña:		1er campaña 911							
Fecha de inicio:									
Fecha de terminación:									
Banner	Tema	Encabezado	Sub-encabezado	Contenido	Diseño 1	Asunto	Fotos	Contenido del correo	Pie de foto
1	Conoce nuestra página web	911 Seguridad electrónica		Visita nuestro nuevo portal web y conoce acerca de los beneficios que 911 Seguridad electrónica tiene para ti. 911seguridad.com.mx		Conoce nuestro sitio web		Estimado cliente - le informamos que por	
2	CCTV	Circuito cerrado de TV	Via internet o local puedes probar tu CCTV a tu conveniencia	Contamos con amplia experiencia en instalaciones de circuito cerrado de tv		CCTV - Productos de 911 Seguridad electrónica		No adaptamos a tus necesidades para o	Soluciones de seguridad electrónica para tu residencia o área de trabajo
3	Control de acceso	Sistemas de control de acceso	Tecnología de vanguardia para restringir accesos	Diferentes opciones de implementación: Teclado, Tarjeta magnética, Huella digital, Radio frecuencia		Control de acceso - Productos de 911 Seguridad electrónica		Ofrecemos soluciones a la medida con el	Contamos con amplia experiencia en instalaciones y mantenimiento
4	Alarma alámbrica	Alarmas alámbricas	Protege tu patrimonio de una forma tradicional y económica	Tenemos alarmas siempre disponibles, armamos paquetes ajustándonos a tus necesidades.		Alarma alámbrica - Productos de 911 Seguridad Electrónica		Alarmas de seguridad funcionales para	Contamos con inventario disponible para satisfacer tus necesidades
5	Alarma inalámbrica	Alarmas inalámbricas	Protege tu patrimonio de una forma estética y sencilla	Con más de 8 años de experiencia y más de 2000 instalaciones de alarmas. Nos avagamos que nuestro servicio sea de la más alta calidad.		Alarma inalámbrica - Productos de 911 Seguridad Electrónica		Alarmas de seguridad con tecnología de	estética en la instalación y mantenimiento de la alarma
6	Monitoreo de alarma	Servicio de monitoreo de alarmas	Supervisión de tu patrimonio	Complemento del sistema de alarma recomendado para la vigila		Monitoreo del sistema de alarma - Servicio de 911 Seguridad Electrónica		Monitoreo del sistema de alarmas 24 horas los 365 días del año	Conexión en tiempo real al encenderse el sistema de alarma
7	Comercial	Seguridad electrónica para los comercios	911 Seguridad electrónica ofrece	Especialistas en alarmas y monitoreo de negocios		Segmento comercial- Productos de 911 Seguridad electrónica		Diseñamos sistemas de seguridad electrónica de acuerdo a las necesidades de tu comercio	Ofrecemos soporte y mantenimiento como servicios adicionales
8	Residencial	Seguridad electrónica para residencial	911 Seguridad electrónica ofrece	Con soluciones de 911 Seguridad electrónica garantizamos tu tranquilidad.		Segmento residencial - Productos de 911 Seguridad electrónica		Diseñamos sistemas de seguridad electrónica de acuerdo a las necesidades de tu residencia	Podemos atender todas a las zonas de la ciudad
9	Industrial	Seguridad electrónica para industrias	911 Seguridad electrónica ofrece	Nuestras soluciones cumplen con todas las normas y estándares requeridos en la industria.		Segmento industrial - Productos de 911 Seguridad electrónica		Diseñamos soluciones en sistemas de seguridad electrónica de acuerdo a las necesidades de tu industria	Ya sea Pyme o industria grande tenemos la experiencia
10	Gobierno	Seguridad electrónica para dependencias del gobierno	Se incendios, control de acceso y	Tenemos el personal y el equipo para la instalación de un sistema en cualquier dependencia de gobierno.		Segmento dependencias de gobierno - Productos de 911 Seguridad electrónica		Diseñamos e instalamos sistemas de seguridad electrónica de acuerdo a las necesidades específicas de tu dependencia	Escuelas, Dependencias, Unidades, entre otros.
11	Detección de incendios	Sistemas de detección de incendios	Identificación y ayuda al instante al momento de un incendio	Los componentes del sistema son: detector de humo, panel de control, sirena y cables. Tenemos personal capacitado para su instalación y mantenimiento. Estamos certificados en la marca SISCOOM como distribuidor e integrador del producto.		Detección de incendios - Productos de 911 Seguridad electrónica		Previniendo catástrofes en tu patrimonio	Tenemos como base la normas de protección civil
12	Cerca electrificada	Sistema de cerca electrificada	Sistemas para residencias y	Se puede conectar a nuestra central de monitoreo, br		Sistema de cerca electrificada - Productos de 911 Seguridad Electrónica		Seguridad electrónica máxima disponible para protección de áreas de trabajo o vivienda	Respetando los voltajes propuestos por las normas nacionales.
13	911 Seguridad electrónica Atención al cliente, seguimiento y postventa	911 seguridad electrónica	Estamos a sus ordenes para cualquier duda de cualquier producto o servicio que usted necesite	Personal de dirección, ventas, contabilidad, soporte e instalación.		911 Seguridad electrónica		Estamos totalmente agradecidos de poder	Personal de 911 Seguridad electrónica
7	Puentes de 15 de septiembre	Protege tu residencial	En época de fiestas deja que 911 Seguridad electrónica vigile y proteja tu patrimonio			Paquetes o promociones - 911 Seguridad electrónica		Disfruta tus vacaciones mientras nosotros cuidamos de tu patrimonio	

Figura 9. Tablero de Banners.

Una vez obtenido el diseño del banner, se trabajó con la base de datos suspectos y clientes, la cual consistió en elaborar una lista en Excel para posteriormente exportarla a la herramienta MailChimp, con la cual produciría el disparo, como se puede ver en la Figura 10.

Importación de prospectos 911 07 08 2014 - Excel

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
1	empresa		email													
2	Sally beauty		<a href="mailto:sally8147@sallymexico.com">sally8147@sallymexico.com</a>													
3	CP Eunice Garcia Ortiz		<a href="mailto:eunice@garciayahoo.com.mx">eunice@garciayahoo.com.mx</a>													
4	Santa fe supermercados compras		<a href="mailto:federico.flores@supermercadosantafe.com">federico.flores@supermercadosantafe.com</a>													
5	Teckto		<a href="mailto:alejandrolopez@teckto.com.mx">alejandrolopez@teckto.com.mx</a>													
6	DR. Asael castro pico		<a href="mailto:dr_pico@hotmail.com">dr_pico@hotmail.com</a>													
7	Universidad de sonora		<a href="mailto:lbus@rtn.uson.mx">lbus@rtn.uson.mx</a>													
8	Sifra casa impresora		<a href="mailto:sifraimprensa@hotmail.com">sifraimprensa@hotmail.com</a>													
9	Astorga vidrio y aluminio		<a href="mailto:luisastorga_1@hotmail.com">luisastorga_1@hotmail.com</a>													
10	LA encantada residencial		<a href="mailto:jesus.molina@laencantadaresidencial.com">jesus.molina@laencantadaresidencial.com</a>													
11	Mirage		<a href="mailto:ft_aml@hotmail.com">ft_aml@hotmail.com</a>													
12	Tecreemos financiera popular		<a href="mailto:afreg3@gmail.com">afreg3@gmail.com</a>													
13	tecnodoors		<a href="mailto:kikachis@hotmail.com">kikachis@hotmail.com</a>													
14	codigo alfa		<a href="mailto:renehormales@hotmail.com">renehormales@hotmail.com</a>													
15	Hogares ecologicos		<a href="mailto:almenara@oestec.com.mx">almenara@oestec.com.mx</a>													
16	Gradillas		<a href="mailto:gradillas2000@hotmail.com">gradillas2000@hotmail.com</a>													
17	Desarrollo humano		<a href="http://duarterosas@factoruno.org">duarterosas@factoruno.org</a>													
18	Morgan global solutions		<a href="mailto:morganglobals@gmail.com">morganglobals@gmail.com</a>													
19	Oil and Filters del pacifico		<a href="mailto:hermosillo@maz.mx">hermosillo@maz.mx</a>													
20	Espacio desarrollo urbanos		<a href="mailto:jose_zazueta@espaciodu.com">jose_zazueta@espaciodu.com</a>													
21	Super del norte		<a href="mailto:abermudez@superdelnorte.com.mx">abermudez@superdelnorte.com.mx</a>													

Figura 10. Visualización de los datos para el disparo del banner.

Asimismo, se llevó a cabo el diseño de la campaña de E-marketing para las empresas 911 Seguridad Electrónica y MDE-i, diseñando la novela de banners, como se ve a continuación en las figuras 11 y 12, que serían disparados en las siguientes trece semanas.

## Monitoreo de Alarmas

En 911 Seguridad Electrónica, supervisamos tu patrimonio las 24 horas del día los 365 días del año.

Atención personalizada cuando se requiera

[www.911seguridad.com](http://www.911seguridad.com) | Calle Moctezuma Esquina con Heroe de Nacozeri, No. 21, Colonia Modelo Hermosillo, Sonora. | [/911Seguridad](https://www.facebook.com/911Seguridad) | (662) - 214-5123

Figura 11. Representación del Banner de la empresa 911 Seguridad Electrónica.



**MDE-i**  
Manufacturing Design  
Engineering, Inc.

**Engineering & Sustaining**  
¡More than 45 years of combined experience!

**Services**

- Assembly Process Automation
- Fixture House
- Software Development
- System Integration
- Electronic & Mechanical Design

Designing functional products for the customers

[www.mde-i.com](http://www.mde-i.com)  
[sales@mde-i.com](mailto:sales@mde-i.com)

Carretera Internacional Km 6.5  
Edificio 9 Parque Industrial,  
Nogales, Sonora, México.

US Phone: (520) 264-8420  
MX Phone: (631) 150-7124

Figura 12. Representación del Banner de la empresa MDE-i.

Una vez obtenida la base de datos con correos electrónicos se realizaba el disparo. Para llevar a cabo los disparos de correo masivo, se utiliza la plataforma MailChim como se muestra en la figura 13. Esta herramienta permite el envío de gran cantidad de correos y sin marcarlos como spam, además indica cuántos correos se abrieron, cuántos clics se le dieron al enlace que trae el contenido, cuántos rebotados y los que fueron eliminados de la base de datos.

Los banners que se diseñaron se colocaban mediante plantillas, que proporciona esta herramienta, con la facilidad de insertar los contactos y disparar con una interfaz atraíble para el usuario.

Se utilizó la herramienta Photoshop para diseñar los banners que se dispararon, así como en la creación de imágenes que se incorporaron en las plantillas para el disparo de MailChimp.

El envío de estos correos tiene como objetivo que las personas entren a la página, es decir, generar tráfico al sitio, el cual será medido por Google Analytics, como se puede ver en la figura 14, que tiene indicadores como cuántos usuarios han entrado a la página, a qué secciones entraron, cuánto tiempo permanecieron y demás información que puede ser de gran utilidad.

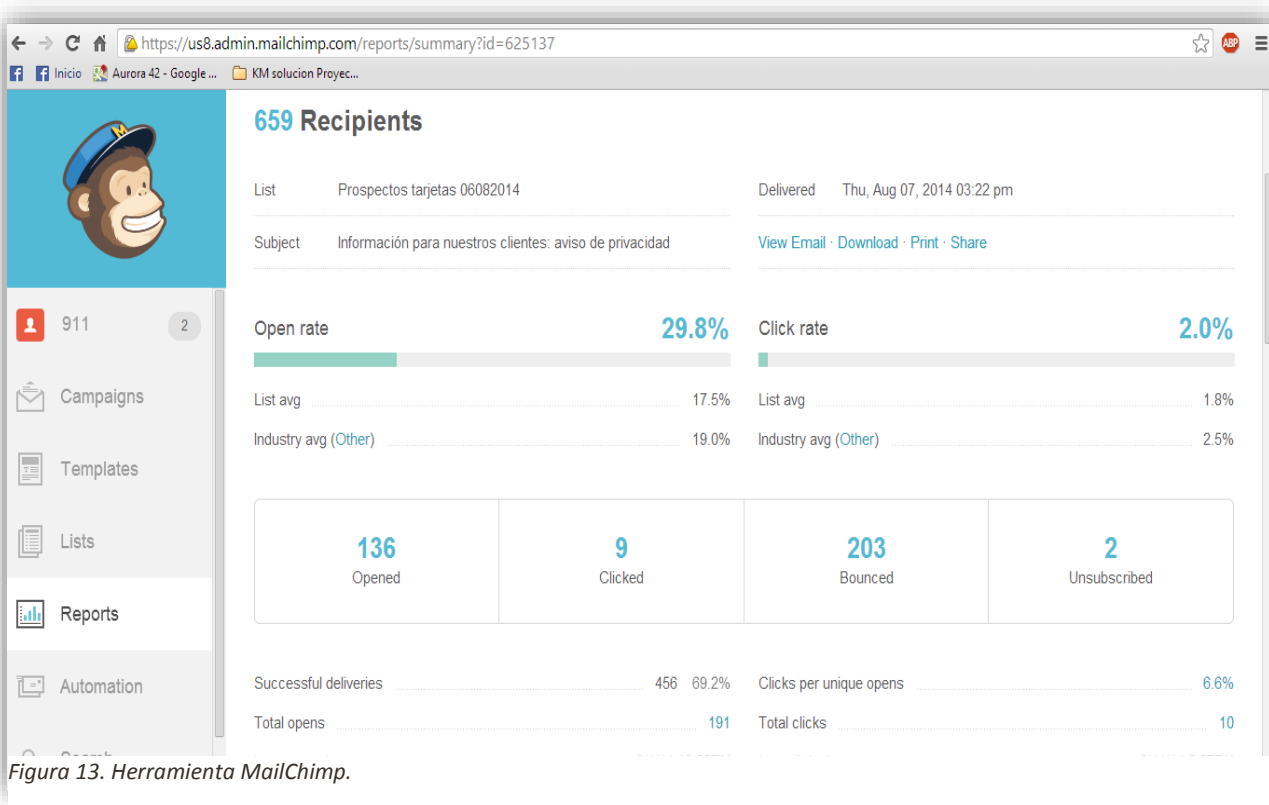


Figura 13. Herramienta MailChimp.

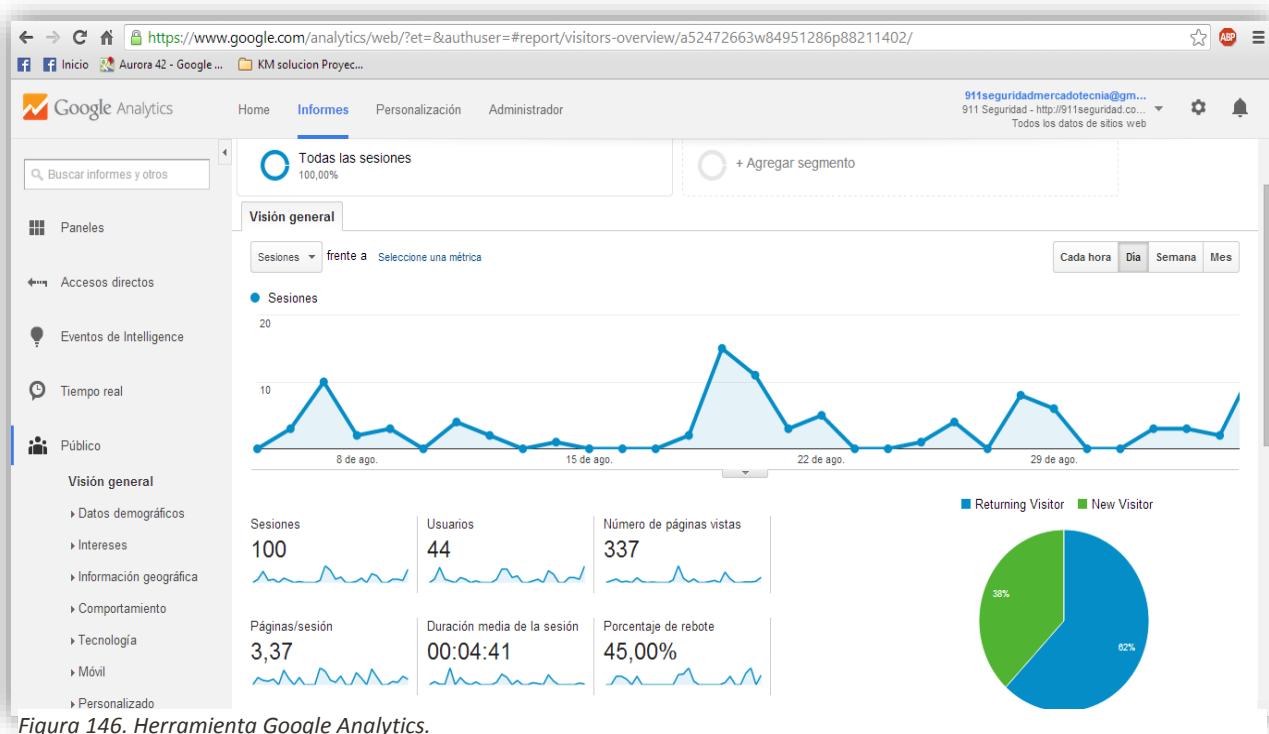


Figura 146. Herramienta Google Analytics.



Cierta información que se obtenía de la herramienta de Mailchimp y de Google Analytics se estructuraba en un documento llamado Reporte de Indicadores, el cual se le entregaba al cliente cada semana. Este reporte cuenta con indicadores como cuántos usuarios han entrado a la página, a qué secciones entraron, cuánto tiempo permanecieron y demás información que puede ser de gran utilidad para la empresa.

Finalmente se procedió con la elaboración de dicho reporte semanal de indicadores representado en la figura 15, el cual contenía información requerida por el cliente, donde se mostraban los resultados del correo masivo, con el fin de generar tráfico a las redes sociales y a su página web, y dar a conocer más sus productos y/o servicios y aumentar la posibilidad de ventas.

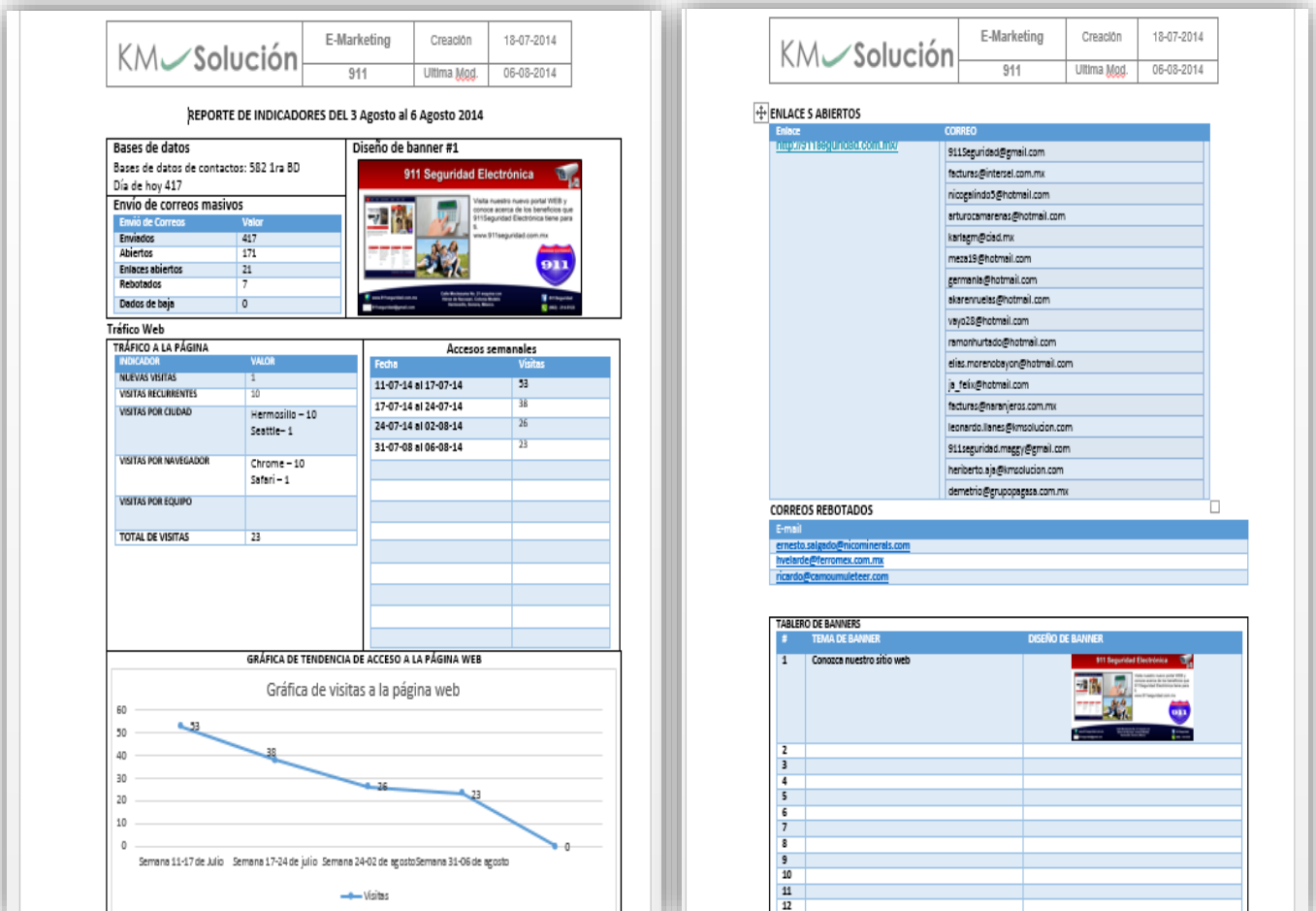


Figura 15. Reporte semanal de indicadores.





Otras actividades que fueron realizadas se mencionan a continuación.

### **Administración de contenidos web**

En esta parte se trabajaba con los sitios web de cada cliente así como las diferentes redes sociales con las que contaba cada empresa. Para la empresa Tamaura fue necesario tomar fotografías de los productos que vendía, para hacer un catálogo en su sitio web y así sus clientes pudieran ver qué tipo de productos tenían en su inventario.

Una vez terminados los diseños de los banners, semanalmente junto con el disparo de correos masivos, se procedía a hacer público el banner, tanto en el sitio web de la empresa, como en las redes sociales activas, con el fin de atraer la atención de más personas y posibles clientes potenciales.

### **Modelo de Administración de las TI**

Se dio inicio a este proyecto en la empresa Tamaura, el cual fue suspendido por que la empresa no contaba con personal de TI, quien pudiera encargarse de este proyecto internamente en la empresa, como un supervisor que pudiera manejar y controlar los procesos que se llevarían a cabo. El proyecto se retomaría una vez que la empresa pudiera contratar a una persona encargada de las TI.

Las actividades que se alcanzaron a realizar dentro de este punto fueron: la recolección de información, el inventario de las TI y una relación del sistema de información que se utiliza para todos los procesos de la empresa, como ventas, compras, inventarios, etcétera, con las personas involucradas en utilizar cada módulo y su nivel de conocimiento en otros módulos que no eran directos de su área.

### **Gestión del Conocimiento**

Se comenzó con el diseño de un wiki, con la herramienta MediaWiki, el cual pretendía dar a conocer el significado de un StoryTelling, el cual no se terminó por que el uso de la herramienta no era algo sencillo y con todas las demás actividades no alcanzó el tiempo para concluir con esta actividad.

Se realizó un StoryTelling para la empresa KM Solución, en el cual se expresa mi sentir al realizar mis prácticas profesionales en esta empresa, con el fin de que los nuevos practicantes pudieran sentirse identificados y poder ayudarlos a resolver dudas de alguna actividad o proceso que se les pueda dificultar.

Este StoryTelling, se encuentra en línea en el siguiente enlace:  
[http://youtu.be/YYjo66Jxs9g?list=UU9pS2KXC8SmtLcYG8U\\_Sbzg](http://youtu.be/YYjo66Jxs9g?list=UU9pS2KXC8SmtLcYG8U_Sbzg).



## RESULTADOS

El principal objetivo obtenido fue aumentar el tráfico del sitio web de la empresa Abastecedora Tamaura, al igual de dar a conocer toda información acerca del giro de la empresa. Esto se llevó a cabo por medio de disparos de un aviso de privacidad de datos, así como disparos de banners de publicidad que se realizaban una vez por semana, conforme al tablero de banners que se había diseñado previamente. Lo anterior, fue aplicado para Tamaura, 911 Seguridad Electrónica y para MDE-i.

Los objetivos fueron cumplidos, se obtuvo un mayor tráfico en los sitios web que cuando inicié mi estancia profesional. Se logró depurar y aumentar las bases de datos de clientes, prospectos y suspectos, y se tuvo un aumento en las ventas de las empresas gracias a la implementación del E-Marketing.

Se logró causar impacto con el catálogo web de los productos de la empresa Tamaura, dando oportunidad a los clientes de ver los artículos que estaban en venta para surtir sus negocios.



## RETROALIMENTACIÓN

### *FORTALEZAS*

Una de las fortalezas más grandes que experimenté fue el trato con los clientes y el conocimiento del manejo de efectivo, de inventarios y de personas que adquirí en un trabajo anterior, lo cual me sirvió para entender algunos procesos que se llevaron a cabo con la empresa Tamaura. También el conocimiento en manejo de MySQL, HTML, CSS, Photoshop y toma de decisiones que adquirí en mis estudios durante mi carrera.

### *OPORTUNIDADES*

Las oportunidades que se presentaron fueron conocer a fondo la herramienta Joomla para la creación de páginas web, aprendizaje del método de E-Marketing, diseños de banner, depuración de bases de datos, edición de plantillas de Mailchimp, utilización de lenguaje HTML para modificación de módulos en la página de Tamaura, tener comunicación directa con el cliente para conocer sus objetivos y relacionarlos con los objetivos de KM.

### *DEBILIDADES*

Mi debilidad principal fue la falta de conocimiento en Joomla! ya que no conocía esta herramienta y no tenía idea de cómo funcionaba, además de que era la herramienta principal utilizada para desarrollar las páginas web, y varias de las cosas que debía de hacer se encontraban bajo ese esquema.

### *AMENAZAS*

Las amenazas presentadas en el proyecto es el cambio constante con que se maneja el mundo de tecnologías de la información. Es adaptarse o morir. Así que uno debe de actualizarse constantemente y prepararse para todos los cambios que día a día se presentan.



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El hecho de haber permanecido a la empresa KM Solución fue algo que me dejó mucha experiencia en el ámbito laboral ya que se me asignó un cliente con el cual se tenía contacto directo. Se veían los puntos de la campaña, se tomaban decisiones y se veían objetivos con el fin de llevar un mejor trabajo en equipo.

Se trabajó de una manera muy amena con todos los integrantes de la empresa, siempre hubo mucho apoyo de todo el personal para la realización de cada una de las actividades.

Como recomendación, es que como alumno se debe poner más empeño en la programación y herramientas para cuando toque el momento de entrar al ámbito laboral, no privarse de cosas para la realización de actividades y tener una visión más clara de lo que se hace allá afuera.

Como recomendación a los nuevos practicantes de KM Solución, siempre asegúrense de que están realizando las cosas correctamente para que no trabajen doble y no pierdan el tiempo ya que es muy valioso.

Como recomendación para la empresa KM Solución, procurar que el practicante se involucre en un proyecto con un solo cliente para que éste pueda ver el principio del proyecto y el desenlace, ya que como nos ha pasado a nosotros, terminamos el tiempo de prácticas y no pudimos ver el desenlace de los proyectos que iniciamos.



## REFERENCIAS

- ✓ [1] [http://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia\\_en\\_Internet](http://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia_en_Internet)
- ✓ [2] <http://kmsolucion.com/km41/index.php/home/root/nosotros>
- ✓ [3] <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/default.aspx>
- ✓ [4] <http://www.google.es/analytics/>
- ✓ [5] <http://www.idclogic.com/emarketing.php>