



**"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"**

UNIVERSIDAD DE SONORA

DIVISIÓN DE INGENIERÍA

Departamento de Ingeniería Industrial

Proyecto Administración de Tecnologías de Información

Reporte de Prácticas Profesionales

Presenta

Maylien Yessenia García

INGENIERÍA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Asesor: Dr. René Francisco Navarro Hernández

Índice

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1. BREVE EXPLICACIÓN DEL PROYECTO	4
1.2. OBJETIVOS.....	5
2. DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO	7
2.1. EQUIPAMIENTO E INSTALACIONES	7
3. FUNDAMENTO TEÓRICO DE LAS HERRAMIENTAS Y CONOCIMIENTOS APLICADOS.....	9
3.1. MODELO DE ADMINISTRACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.....	9
3.2. DESARROLLO WEB.....	9
3.3. E-Marketing.....	12
3.4. CRM	13
4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS.....	14
4.1. CAPACITACIONES RECIBIDAS	14
4.2. E-Marketing.....	14
4.3. Desarrollo Web.	16
4.4. Minería de Datos.....	18
4.5. Modelo MATI.....	19
4.6. Auditoría de procesos	22
4.7. CRM	22
5. RESULTADOS.	23
6. RETROALIMENTACIÓN	24
7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.	25
8. ANEXOS	26

Ilustración 1 Instalaciones de Visor Electricidad.....	7
Ilustración 2 Croquis de la ubicación de la empresa	8
Ilustración 3 Logo Mobirise.....	10
Ilustración 4 Logo HTML	10
Ilustración 5 Logo CSS.....	11
Ilustración 6 Logo Google Analytics	12
Ilustración 7 Logo MailChimp	12
Ilustración 8 Logo Canva.....	13
Ilustración 9 Logo Zoho CRM.....	13
Ilustración 10 Disparo de Banner en MailChimp	15
Ilustración 11 Indicadores de Campaña	15
Ilustración 12 Estética de la página de Industrial de Visor Electricidad.....	16
Ilustración 13 Cambio de la página de Industrial de Visor Electricidad	16
Ilustración 14 Área de segmentos del antiguo sitio web de Visor Electricidad	17
Ilustración 15 Carrusel de Segmentos en el área de Comercio	17
Ilustración 16 Ejemplo de modal que se abre al dar clic en un botón "más"	18

1. INTRODUCCIÓN.

En la reglamentación de la Universidad de Sonora se tiene contemplado que en todos los planes de estudio se incluyan actividades de vinculación con el sector social o productivo con el sector social o productivo con el propósito de complementar la formación de los estudiantes a través de la aplicación de los conocimientos obtenidos en las materias impartidas en la carrera.

La licenciatura de Ingeniería en Sistemas de Información perteneciente al Departamento de Ingeniería Industrial, incluye en su plan de estudios las prácticas profesionales con valor de 20 créditos de 400 créditos totales de la carrera, los cuales son cubiertos en un total de 340 horas.

Hoy en día las empresas desconocen los beneficios del uso de las Tecnologías de Información, es por eso que hay que darles una idea de lo que pudieran generar utilizándolas. La mercadotecnia que se utiliza en la actualidad hace gran uso de herramientas digitales para la elaboración de diseños los cuales sean atractivos a los potenciales clientes, haciendo que estos se interesen por los servicios y productos de las empresas y convertirlos en clientes potenciales.

En estos momentos estamos en una etapa en que el desarrollo web y la aplicación de las tecnologías de información en todas las empresas, es indispensable, no solamente por el hecho de tener algo mejor que la competencia, sino que es indispensable porque la mayoría de los clientes potenciales se encuentran en internet, y teniendo la información, contacto, ubicación, etc. en internet, es una gran ventaja para la generación de nuevos consumidores.

1.1. BREVE EXPLICACIÓN DEL PROYECTO

Entre a esta empresa por KMSolución, donde se me capacito para algunos de los servicios que ofrecen, para poder llevar acabo mis actividades en la empresa Visor Electricidad ya que esta empresa ofrece servicios de ingeniería eléctrica y desconocía el potencial que tienen las TI para ayudar a sus procesos y darse mercadotecnia

Se trabajó en el desarrollo de procesos de e-marketing para la empresa Visor Electricidad. Realizando disparos semanales de banner de promoción utilizando la herramienta canva (para la creación de banners), mailchimp (herramienta para

hacer los disparos masivos de correos), elaboración de reportes de indicadores semanales utilizando Google Analytics, actualización de página web.

Administrar la base de datos de la empresa (clientes, prospectos, suspectos, inventario de productos y servicios). Durante mi proyecto realice actividades de E-marketing, minería de datos, desarrollo web, administración de TI en base al Modelo MATI, mapeo de procesos y por último la implementación de CRM, el cual este último la empresa no poseía. Con el fin de aumentar la productividad de los procesos de la empresa, promocionarse y así poder darles una mejor atención a sus clientes.

1.2. OBJETIVOS.

1. E-Marketing

- a. Inventario meta
- b. Aviso de privacidad
- c. Diseño de banners
- d. Reportes semanales
- e. Aumentar la base de datos

2. Desarrollo Web

- a. Auditoría el sitio web
- b. Checar el hosting del sitio
- c. Ver el # de pantallas del sitio
- d. Revisar el tráfico web del sitio

3. Minería de datos

En conjunto con el Ing. Jorge Abraham López Arrellano se realizará una auditoria a la base de datos de la empresa, se revisarán los campos y datos que están actualmente, el medio y revisión de los datos que se capturan.

- a. Auditar la base de datos
- b. Checar el # de empresas, # datos vacíos
- c. Fortalecer la base de datos
- d. Pruebas de datos (Mailchimp, Zoho campañas, benchmark)
- e. Flujo de información
- f. Revisar cuantos datos mejoran

4. Modelo MATI

En conjunto con el Ing. Jorge Abraham López Arrellano se realizará una auditoria de la empresa en cuanto a las tecnologías actuales que se usan, herramientas y los procesos actuales.

- a. Realizar el ejercicio MATI con Jorge
- b. Empezar con el punto 1 (auditoría de software y hardware)

- c. Llevar al día el tablero del mati
- d. Documentar la información
- e. Diagramas de flujo

5. Auditoría de procesos

- a. Diagramar el proceso de compras, administrativo, proyecto, cotizaciones, etc.

6. CRM

- a. Realizar cita Ing. Leonardo con Ing. Iván Villanueva, Ing. Jorge López e Ing. Maylien
- b. Presentar cotización
- c. Presentar proyecto
- d. Configurar el sistema
- e. Comprar licencia
- f. Capacitarse en el CRM
- g. Importar bases de datos
- h. Registro de llamadas en el sistema
- i. Lograr citas para el ing. Iván
- j. Mejorar la base de datos
- k. Estadísticas de prospectos, clientes nuevos, ventas
- l. Reportes semanales

2. DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO

Visor Electricidad (Ilustración 1. Instalaciones) es una empresa de Ingeniería Eléctrica dedicada al diseño de proyectos eléctricos, instalaciones eléctricas de alta calidad y servicios generales de ingeniería eléctrica con tal experiencia que se pueden desarrollar en varios segmentos. Interesados en el uso eficiente de la energía, sin dejar de cubrir las necesidades reales del usuario que buscan reducir el consumo de energía eléctrica y a la vez reducir los costos, dirigido desde el usuario común en casa habitación, hasta en áreas industriales, sin dejar de considerar factores básicos tales como el rendimiento, economía, confort, estética y ecología.

La empresa se encuentra en una zona comercial importante en constante crecimiento, en la que se encuentran muchos negocios comerciales, supermercados, gasolineras, refaccionarias y llanteras.

2.1. EQUIPAMIENTO E INSTALACIONES



Ilustración 1 Instalaciones de Visor Electricidad.

Visor Electricidad S.A. de C.V. se encuentra ubicada en la calle Esteban Baca Calderón #57, entre calle Dos y Tres, en la colonia Jesús García (Ilustración 2. Croquis de la ubicación de la empresa).



Ilustración 2 Croquis de la ubicación de la empresa

Las instalaciones de Visor Electricidad es un edificio pequeño de dos pisos, color blanco, no tiene logo, solo la dirección arriba de la puerta.

El edificio cuenta con área de recepción, almacén, sala de juntas (que se usa para que trabaje el equipo de proyección, cotización y coordinación de obra), departamento de compras y la oficina del ingeniero Iván Villanueva.

3. FUNDAMENTO TEÓRICO DE LAS HERRAMIENTAS Y CONOCIMIENTOS APLICADOS

En este apartado explicaremos todas las herramientas utilizadas para poder llevar a cabo las actividades requeridas.

3.1. MODELO DE ADMINISTRACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

El modelo de administración de tecnologías de la información, o MATI por sus siglas, es un modelo diseñado y desarrollado por el Ingeniero Heriberto Aja, director de KM Solución, quien por años de experiencia en departamentos de tecnología diseñó este modelo para implementarlo y ayudar a la mejor organización de TI's en las empresas.

El objetivo general de este modelo es desarrollar una guía para administrar las funciones e identificar los fundamentos estratégicos de cualquier estructura de tecnologías de información en la aportación de valor para la empresa.

El modelo MATI cuenta con 15 funciones básicas en las que se trabajaron para la implementación de tal, dichas funciones son:

1. Administración
2. Información
3. Planeación
4. Desarrollo de software
5. Recursos (RH, materiales, recursos externos)
6. Implementación de tecnologías de información
7. Capacitación y adiestramiento
8. Flujo de información en el control interno
9. Seguridad, custodia y respaldo
10. Investigación de mejoras en TI
11. Auditoría de información
12. Nuevos proyectos con TI
13. Presupuesto y gastos del departamento
14. Custodia de equipos y garantías
15. Mercadotecnia del servicio interno

3.2. DESARROLLO WEB

Dentro de las tareas a realizar estaba el desarrollo web para los clientes del área de tecnología, dicho desarrollo web se podía desarrollar por dos maneras ya sea por páginas estáticas con puro HTML, CSS o páginas dinámicas con ayuda del Mobirise.

El desarrollo web se entiende como la creación de sitios o páginas web para tener presencia en el internet. El desarrollo web se puede dividir en dos áreas el front-end y el. El front-end, que fue el que implemente, sería todo lo que nosotros vemos al entrar a un sitio web, las imágenes, los formularios, los colores, etc

- Mobirise Website Builder (Ilustración 3). Es una aplicación freeware de diseño web desarrollada por Mobirise que permite que los usuarios creen y publiquen sitios web en Bootstrap sin saber programar.

Con Mobirise se creó la estructura de la página web, una vez publicada la página, las modificaciones que se realizaron fueron con puro HTML y CSS.



Ilustración 3 Logo Mobirise

- HTML (Ilustración 4). Es un lenguaje de programación que se utiliza para el desarrollo de páginas de Internet. Se trata de la sigla que corresponde a HyperText Markup Language, es decir, Lenguaje de Marcas de Hipertexto, que podría ser traducido como Lenguaje de Formato de Documentos para Hipertexto. Se trata de un formato abierto que surgió a partir de las etiquetas SGML (Standard Generalized Markup Language). Concepto traducido generalmente como “Estándar de Lenguaje de Marcado Generalizado” y que se entiende como un sistema que permite ordenar y etiquetar diversos documentos dentro de una lista. Este lenguaje es el que se utiliza para especificar los nombres de las etiquetas que se utilizarán al ordenar, no existen reglas para dicha organización, por eso se dice que es un sistema de formato abierto.



Ilustración 4 Logo HTML

- CSS Hojas de Estilo en Cascada (Cascading Style Sheets) (Ilustración 5). Es un mecanismo simple que describe cómo se va a mostrar un documento en la pantalla, o cómo se va a imprimir, o incluso cómo va a ser pronunciada la información presente en ese documento a través de un dispositivo de lectura. Esta forma de descripción de estilos ofrece a los desarrolladores el control total sobre estilo y formato de sus documentos. CSS se utiliza para dar estilo a documentos HTML y XML, separando el contenido de la presentación. Los Estilos definen la forma de mostrar los elementos HTML y XML. CSS permite a los desarrolladores Web controlar el estilo y el formato de múltiples páginas Web al mismo tiempo. Cualquier cambio en el estilo marcado para un elemento en la CSS afectará a todas las páginas vinculadas a esa CSS en las que aparezca ese elemento.



Ilustración 5 Logo CSS

- Google Analytics (Ilustración 6), 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. Los informes de contenido le muestran qué partes de su sitio web tienen un buen rendimiento y qué páginas son más populares para poder crear una mejor experiencia para sus clientes. La Web es un lugar social, y Google Analytics mide el éxito de sus programas publicitarios para redes sociales. Puede analizar la interacción de los visitantes con las funciones para compartir de su sitio (como el botón +1 de Google) y el modo en que se implican con su contenido en las plataformas sociales.



Google Analytics

Ilustración 6 Logo Google Analytics

3.3. E-Marketing

- Mailchimp (Ilustración 7). Es un proveedor de servicios de marketing por correo electrónico, fundado en el año 2001. Cuenta con 7 millones de usuarios que envían un total de más de 10 mil millones de mensajes de correo electrónico mensuales a través del servicio.

Es una aplicación web, aunque se pueden cargar y descargar algunos datos, y por algunas características no es una aplicación en línea.

El beneficio de utilizar esta aplicación es el conocer a quienes les llega tus correos, así como a quien no le interesa seguir recibiendo, es utilizada comúnmente por las empresas que desean enviar un mismo correo de promoción a muchas personas.



Ilustración 7 Logo MailChimp

- Canva (Ilustración 8). es una completa plataforma de diseño online con dos particularidades básicas: la primera, funciona totalmente en tu navegador web, de forma que no necesitas instalar nada en el PC; y la segunda, te permite crear en poco tiempo todo tipo de elementos gráficos, aunque no tengas conocimientos de diseño ni se té muy bien esto del dibujo y la edición.



Ilustración 8 Logo Canva

3.4. CRM

CRM (Ilustración 9), es un modelo de gestión de toda la organización, basada en la satisfacción del cliente. El concepto más cercano es marketing relacional y tiene mucha relación con otros conceptos como: clienting, marketing 1x1, marketing directo de base de datos, entre otros. Es un Software para la administración de la relación con los clientes. Sistemas informáticos de apoyo a la gestión de las relaciones con los clientes, a la venta y al marketing. Dicho software puede comprender varias funcionalidades para gestionar las ventas y los clientes de la empresa: automatización y promoción de ventas, tecnologías data warehouse (almacén de datos) para agregar la información transaccional y proporcionar capa de reporting, dashboards e indicadores claves de negocio, funcionalidades para seguimiento de campañas de marketing y gestión de oportunidades de negocio, capacidades predictivas y de proyección de ventas.



Ilustración 9 Logo Zoho CRM

4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

En el siguiente apartado daremos información detallada sobre las actividades en Visor Electricidad.

4.1. CAPACITACIONES RECIBIDAS

Como practicante no se está familiarizado con las actividades de la empresa, mucho menos si no eres empleado, es por eso que KMSolución, tiene un programa de capacitaciones impartido por los mismos empleados.

A continuación, una lista de las capacitaciones y los resultados obtenidos de la misma.

- E-Marketing
- Desarrollo Web
- Minería de datos
- Modelo MATI
- Auditoría de procesos
- CRM

4.2. E-Marketing

- Diseño de banners. Para la campaña asignada se tiene que hacer un diseño de banner publicitario. Dicho banner se elabora con la herramienta Canva. Para el diseño del banner se debe considerar la identidad de la empresa, sus colores y la estrategia que se quiere manejar. La mayoría de las veces el objetivo es promover las ventas, por ello el banner se debe de hacer de manera atractiva y que muestre a simple vista el mensaje que se quiere transmitir, ya sea la promoción de un producto o de un servicio.
- Bitácora de disparos. La bitácora de disparos es una especie de agenda donde se programan la fecha en que se harán los disparos de la campaña. Además de esto se registran los resultados logrados al enviar el banner, se registra la cantidad de correos enviados, respuestas, rebotes y el próximo envío.
- Disparos. Un disparo es cuando se envía un banner a los correos electrónicos de los clientes de la empresa, así como de prospectos. Para esto se selecciona el banner a enviar y utilizando la plataforma MailChimp se hace el disparo. Con MailChimp se puede enviar correos masivos importando listas de correo electrónico y también tiene diferentes templates para diseñar el contenido del correo electrónico. En la Ilustración 10 se muestra la utilización de esta herramienta

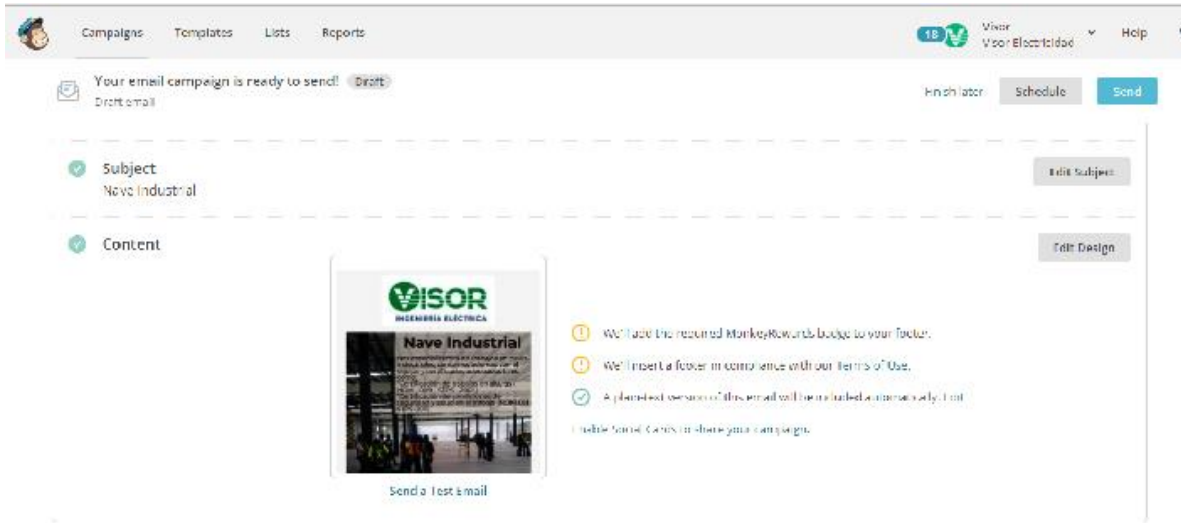


Ilustración 10 Disparo de Banner en MailChimp

- Monitoreo de indicadores. Debido a que una de las razones principales para hacer e-marketing es aumentar la cantidad de clientes de la empresa, tenemos que monitorear varios indicadores. MailChimp tiene la herramienta reportes, en la cual se puede saber cuántas personas abrieron el correo, cuantas le dieron click, con eso sabemos que están interesados en los servicios de Visor, y podemos tener contacto con ellos. La Ilustración 11 muestra un ejemplo de esto.

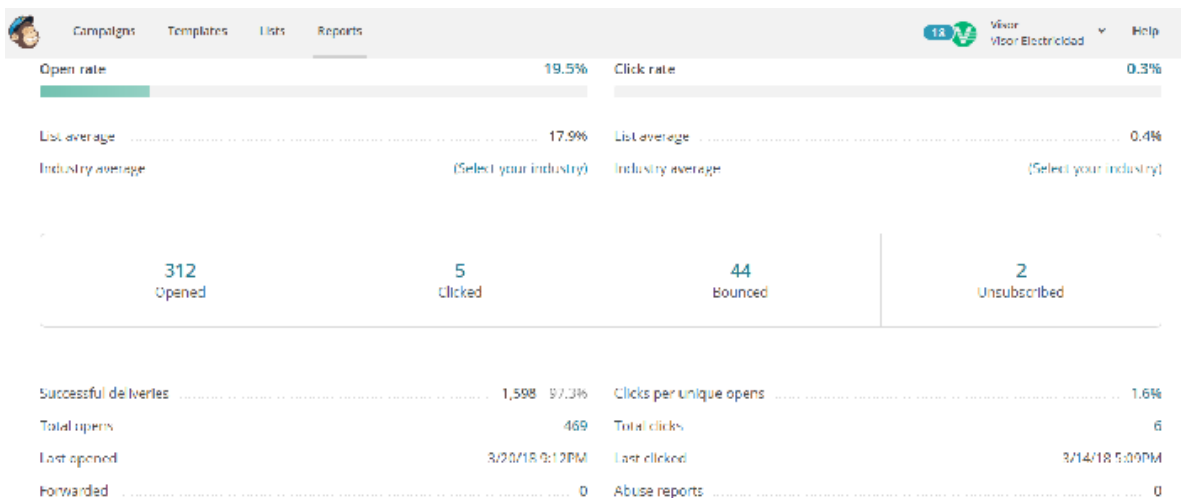


Ilustración 11 Indicadores de Campaña

4.3. Desarrollo Web.

La empresa ya contaba con un sitio web, pero querían cambiar el diseño por cuestiones estéticas, ya que querían utilizar la como su carta de presentación, además de querer tener una ventaja antes su competencia.

El tiempo que se requirió para hacer el sitio web fue muy corto, así que se utilice un software llamado Mobirise que utiliza plantillas, con ese software se creo el diseño de la página, generando los archivos html y css, una vez publicado el sitio, los cambios que se hicieron fue modificando los archivos html y css.

A continuación, se muestra la ilustración 12 de cómo era la estética de una de las páginas web de Visor.



Ilustración 12 Estética de la página de Industrial de Visor Electricidad

Y aquí podemos ver el cambio de imagen (Ilustración 13)

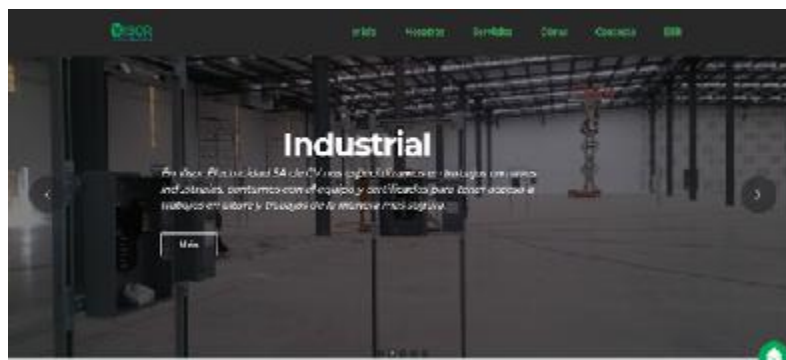


Ilustración 13 Cambio de la página de Industrial de Visor Electricidad

Otro ejemplo del diseño de la página anterior Ilustración 14, donde en una ventana con el nombre de “segmentos” se encontraba un conjunto de iconos con una breve explicación de los segmentos que manejan.



Ilustración 14 Área de segmentos del antiguo sitio web de Visor Electricidad

La Ilustración 15 muestra el cambio que se dio en el área de segmentos, donde se combinó con la ventana de servicios y en lugar de ser un conjunto de iconos se agregó un carrusel de imágenes con una breve explicación de los segmentos que manejan, además de un botón de más que abre un modal con las características del segmento.

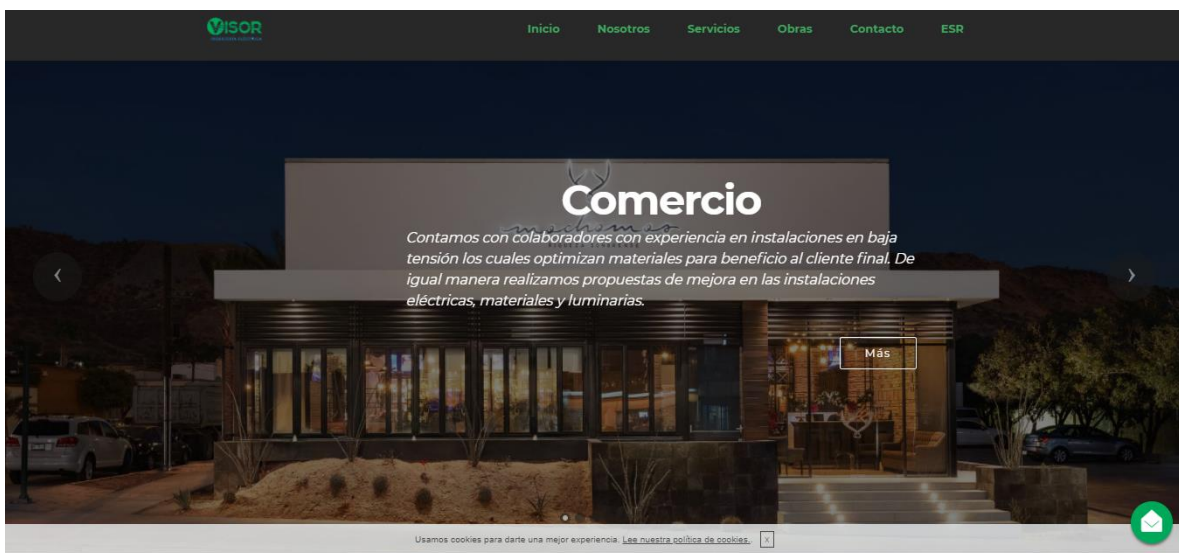


Ilustración 15 Carrusel de Segmentos en el área de Comercio

En la Ilustración 16 se mostrará un ejemplo de modal que abre, cuando anteriormente se abría una nueva ventana mostrando la poca información que contenía como se vio en la ilustración 12.

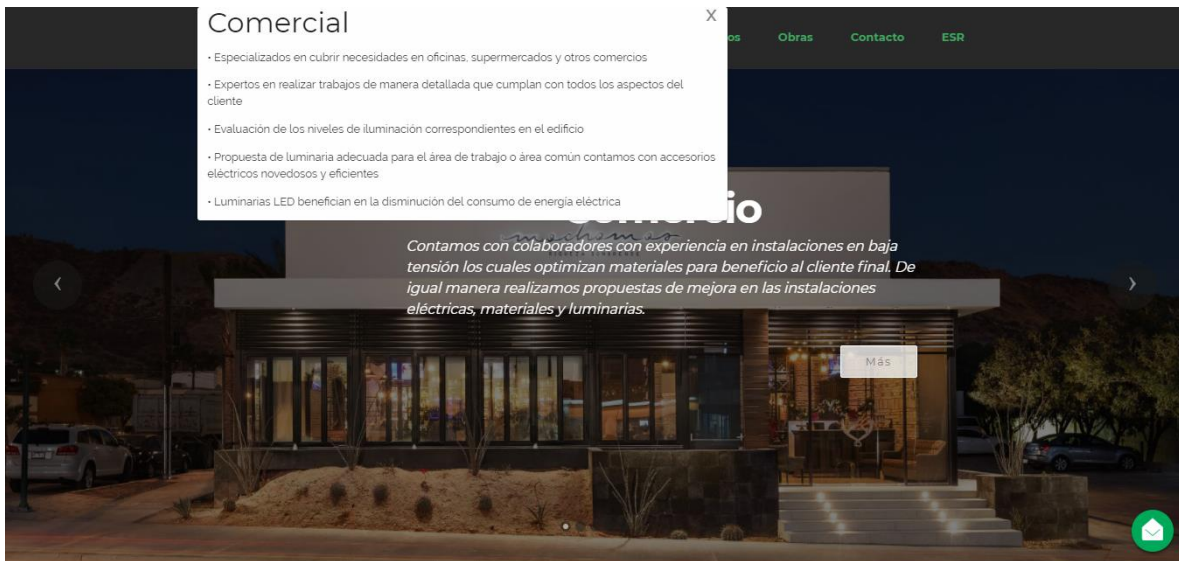


Ilustración 16 Ejemplo de modal que se abre al dar clic en un botón "más"

4.4. Minería de Datos

En conjunto con el Ing. Jorge Abraham López Arrellano se realizó una auditoria a la base de datos de la empresa, se revisó los campos y datos que había, el medio y revisión de los datos que se capturan.

- m. Auditar la base de datos. Para saber la cantidad de datos había y la calidad de ello, así sabríamos que se debía mejorar y cómo hacerlo.
- n. Checar el # de empresas, # datos vacíos. Para proceder a completarlos para al momento de utilizar el CRM tener un mejor uso de él.
- o. Fortalecer la base de datos. Esto con el objetivo de conseguir más prospectos que después se convertirán en clientes.
- p. Pruebas de datos (Mailchimp)
- q. Flujo de información
- r. Revisar cuantos datos mejoran. Hay que mantener actualizada la base de datos, para crear otros inventarios meta.

4.5. Modelo MATI

1. La administración de los servicios de tecnologías de información para toda la institución. “Establecer normas, políticas y procedimientos”

- a) En la atención y el servicio “Si tu no das el servicio, otro lo hará por ti”
- b) Análisis, diseño, desarrollo, implementación y mantenimiento de cualquier sistema de información.
- c) La atención de todos los equipos de computación, comunicaciones, automatización y de registro.

2. Administración del conocimiento que se lleva a cabo por las personas

que laboran en la institución en cualquier tecnología de información.

- a) Una nueva economía, en el mundo contemporáneo de los negocios, el planteamiento central consiste en tomar en cuenta esta época, todos los negocios son negocios de información.
- b) Globalización, “el éxito de las organizaciones está asociado a la cantidad y calidad de la información que pueda manejar”
- c) Debemos:
 - I. Alinear los procesos de aprendizaje a las estrategias y prioridades de la organización.
 - II. Debemos impactar al personal a todos los niveles en forma permanente.
 - III. Tenemos que aceptar y capitalizar el hecho de que la globalización y la tecnología están a la vez demandando y permitiendo adoptar formas diferentes de trabajar en las organizaciones.

3. Planeación de las actividades que se tengan que hacer en la organización de las tecnologías de información.

- a) Planear:
 - I. Metas y objetivos
 - II. Organización general
 - III. Expertos y operativos
 - IV. Actividades específicas
 - V. Recursos necesarios
 - VI. Calendario de trabajo
 - VII. Presupuestos
 - VIII. Actividades adicionales

4. Administrar las actividades a desarrollar en el departamento de tecnologías de información.

- a) Definir las actividades para responder a las 4 preguntas que se contestan a una estrategia:
 - I. ¿Cuáles son las estrategias defensivas y ofensivas?
 - II. ¿Qué necesito?

- III. ¿Qué puedo hacer?
- IV. ¿Qué debo hacer?

5. Administrar los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades planeadas

- a) Recursos humanos
- b) Recursos materiales
- c) Recursos externos
 - I. Convenios externos o subcontratación con empresas
 - II. externas
 - III. Coordinar los contratos de soporte de software
 - IV. Coordinar los contratos de soporte técnico

6. Administrar la implementación de los sistemas o tecnologías de información en la empresa

- a) Coordinar el programa de trabajo
- b) Organizar a los responsables en el proceso de implementación del departamento de tecnologías de información
- c) Coordinar la entrega oficial

7. Administrar la capacitación del personal necesario para el funcionamiento eficiente de cada sistema de información.

- a) Cursos de apoyo para el personal de la empresa que tenga acceso a la tecnología de información
- b) Cursos a nivel gerencial
- c) Coordinar la capacitación interna para el departamento

8. Planear y auditar el flujo de información de los resultados obtenidos por cada sistema de información para la buena toma de decisiones.

9. Seguridad y resguardo de la información

- a) Políticas para la seguridad y acceso a la información
- b) Organizar y controlar los respaldos
- c) Contratos de servicio de mantenimiento preventivo y reparaciones
- d) Plan para la prevención de problemas
- e) Plan de desastres y emergencias

10. Investigación de nueva tecnología que pueda ocasionar un beneficio para la compañía

- a) Comercio electrónico
- b) Negocios electrónicos e-business
- c) Exposición de nuevas tecnologías
- d) Tecnología inalámbrica

- e) Conferencias y cursos de actualización
- f) Nuevos ambientes en la nube
- g) Ambiente multimedia
- h) Redes sociales

11. Auditoría de los sistemas de información

- a) Identificar necesidad de cambiar o modificar el sistema o los procedimientos
 - I. ¿Por qué estamos así?
 - II. ¿Quién nos extrañaría?
 - III. ¿Quién nos necesita?
- b) Planes de revisiones periódicas
 - I. Evaluación de cómo nos ven al exterior
 - II. Evaluación de la satisfacción de nuestro servicio por nuestros usuarios

12. Analizar y planear sistemas de información de acuerdo a las necesidades de nuevos proyectos

- a) Planes de desarrollo
- b) Administración de proyectos
- c) Presentación oficial del proyecto para su revisión en factibilidad, costo y tiempo junto con la administración

13. Administrar el presupuesto de operación del departamento de TI

- a) Presupuesto global
- b) Análisis y administración de los gastos

14. Administración y responsabilidad general del equipo de cómputo existente en la compañía (inventario físico, garantías, servicios, reparaciones, gastos)

- a) Control general de los recursos de TI
- b) Control del inventario de todos los equipos computacionales, y la información adicional con la compra del equipo como los son los reclamos de garantía, las fechas que se les proporciona servicios de mantenimiento, reparaciones, o alguna otra variante adicional relacionada con el mismo.

15. La mercadotecnia del departamento de TI con una orientación centrada al servicio y atención de los usuarios internos y externos de la empresa.

- a) Establecer la planeación de mercadotecnia para identificar como satisfacer a los clientes del departamento de TI

- b) Identificar los momentos de verdad de donde es importante definir el tipo de servicio que se debe brindar y que esperan recibir los usuarios del departamento de TI
- c) Certificar la calidad y el nivel del servicio que debe ofrecer el departamento de TI.
- d) Administrar los espacios visuales donde se debe guiar la atención a los servicios que ofrece el departamento de TI (pizarra de anuncios, boletín interno, e-marketing, e-service)
- d) Administrar el centro de atención a clientes y usuarios del departamento de TI
- e) Evaluación y proceso de mejora continua de cuál es la aceptación del servicio que ofrece el departamento de TI

4.6. Auditoría de procesos

Para tener en orden las actividades de los procesos a realizar debe de haber una serie de pasos ya estandarizados, el fin de esto es para ahorrar tiempo, mejorar la logística de estas actividades e inclusive para ver de qué manera se pueden mejorar estos procesos

4.7. CRM

La sigla CRM quiere decir “Customer Relationship Management” (Gestión de las Relaciones con los Clientes). Este término se refiere a un conjunto de prácticas, estrategias de negocios y tecnologías enfocadas en clientes, que van desde pequeñas hasta grandes empresas, quienes las utilizan para gestionar y analizar las interacciones con sus clientes, anticipar sus necesidades y deseos, optimizar la rentabilidad, y aumentar las ventas y la objetividad de sus campañas de captación de nuevos clientes.

CRM almacena información sobre clientes actuales y potenciales (nombres, direcciones, números telefónicos, etc.), y sus actividades y puntos de contacto con la empresa, que incluyen visitas a sitios web, llamadas telefónicas, correos electrónicos y más. Pero la plataforma no es apenas una lista de contactos elaborada: reúne e integra datos valiosos que ayudan a preparar y actualizar a los equipos con información personal de los clientes, historiales y preferencias de compras.

La solución de CRM es una de las tecnologías corporativas más importantes e innovadoras disponibles para empresas gracias al modo en que utiliza la información de los clientes para gestionar cuentas, leads y oportunidades de ventas desde un único lugar.

Esto con el propósito de mejorar las ventas de la empresa Visor, en conjunto de la empresa KMSolución de realizó cita Ing. Leonardo (gerente de TI de KMSolución) con Ing. Iván Villanueva, Ing. Jorge López e Ing. Maylien para la presentación de un demo, ver las ventajas y optimización que se podía tener en el área de ventas y marketing.

Después de tomar una decisión se dio a conocer la cotización, y confiando en que el retorno de inversión va a ser favorable para la empresa se aceptó la propuesta económica.

Se procedió a conocer el proyecto, los segmentos que tendría, los boards, la información que contendría cada uno y como se manejaría.

Como continuación se configuro el sistema acorde a las necesidades que tiene la empresa Visor en respecto a sus suspectos, prospectos, clientes, negociaciones y servicios, ergo, se compró la licencia para no tener limitaciones en el manejo del CRM.

Al tenerse esta herramienta lista para usarse, se importó la Importar bases de datos, ya se podía usar sin ningún problema, con esto se continuo a la capacitación de las personas que lo iban o podían utilizar.

5. RESULTADOS.

Los resultados obtenidos durante mi estancia en la empresa Visor Electricidad fueron satisfactorios ya que cumplí con todas las actividades que me fueron asignadas y pude desarrollar actividades extras que beneficiaron a la empresa.

Entre los principales resultados obtenidos en mi opinión destacan:

- Elaboración de un nuevo sitio web para la empresa, mejorando estética, agregándole herramientas para mejorar su estructura y su SEO (Search Engine Optimization es la práctica de utilizar un rango de técnicas, incluidas la reescritura del código html, la edición de contenidos, la navegación en el site, campañas de enlaces y más acciones, con el fin de mejorar la posición de un website en los resultados de los buscadores para unos términos de búsqueda concretos).
- Aumento de tráfico web de la página, gracias a que se mejoró su SEO, también con la ayuda del E-marketing, ya que cada semana se mandaba

un Banner con información de sus servicios, activando una cuenta en Google Business para localizarse en Google Maps, entre otras actividades.

- Además de nuevos clientes mediante la alimentación de la base de datos que se utilizaba para hacer los disparos semanales.
- Mejora en la documentación, auditando sus procesos y diagramándolos, esto creo una mejora en la percepción de sus actividades y así ver las optimización y potencial que tienen.

6. RETROALIMENTACIÓN

Fortalezas

Las fortalezas adquiridas durante este tiempo a mi parecer fueron: aprendizaje por medio de tutoriales, conocimiento en HTML y CSS, además de aprender sobre el SEO

Organización, para poder realizar mis actividades con mayor control, además de poder estructurar la documentación adecuada para la empresa y entendimiento de los requerimientos, investigación sobre algún tema desconocido.

Oportunidades

Las oportunidades detectadas son: adentrarse en Photoshop y otras herramientas de edición para crear banners con mayor calidad y profesionalismo, aprendizaje de e-Marketing.

Debilidades

Mis debilidades principales fueron: Diseño y uso de Photoshop y el tiempo que le dedicaba al diseño de Banners

Otra debilidad fue la falta de comunicación entre los empleados, debido al trabajo que tenían en ocasiones no podían atenderme, ocasionando el aplazamiento de la obtención de su información, retrasando mis procesos y/o actividades.

Amenazas

La empresa va empezando con sus procesos administrativos de TI, marketing, documentación y CRM, la falta de tiempo y personal para dedicarle a estas actividades son reducidas, y si se van dejando puede evitar el crecimiento o el retraso de esto de la empresa.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

<https://www.w3schools.com/html/>

<https://www.w3schools.com/css/default.asp>

<https://getbootstrap.com/docs/4.0/getting-started/introduction/>

https://issuu.com/leonardollaness/docs/6.0conferencia_historica_de_la_gu_095_acbd96cff82

<https://inspiration.mailchimp.com/#all>

8. ANEXOS



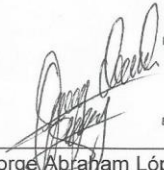

Hermosillo, Son. A 21 de marzo de 2018

M.C Mario Barceló Valenzuela
Coordinación de Prácticas Profesionales
Universidad de Sonora

Por medio de la presente, se hace constar que la alumna MAYLIEN YESSENIA GARCIA con número de expediente 213204199 de la carrera ING. EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN de la UNIVERSIDAD DE SONORA, campus Hermosillo, ha concluido satisfactoriamente las actividades relacionadas con el proyecto "Administración de Tecnologías de Información" las cuales fueron desarrolladas en el periodo del 29 de enero del 2018 al 20 marzo del 2018, acumulando un total de 340 horas.

Sin otro particular por el momento, quedo a sus órdenes para cualquier aclaración que considere pertinente.

Atentamente,


INGENIERÍA, SUPERVISIÓN Y CONSTRUCCIÓN ELÉCTRICA

VISOR ELECTRICIDAD SA DE CV
R.F.C. VEL141217962
ESTEBAN BACA CALDERÓN #57 COL. JESÚS GARCÍA
C.P. 83344 HERMOSILLO, SONORA.

Ing. Jorge Abraham López Arellano



DIVISIÓN DE INGENIERÍA
 COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS PROFESIONALES
 DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

FPP-3

**LIBERACION DE
 PRACTICA
 PROFESIONAL**
 Para acreditación de
 ESTANCIA PROFESIONAL

Hermosillo, Sonora, 21 / Marzo / 2018

En mi carácter de Tutor de Prácticas Profesionales, hago constar que:

- I. El alumno(a) Marilyn Yessenia Garcia del Programa de Ing. en Sistemas de Información con expediente 213204199 ha cumplido formalmente en tiempo y forma con la entrega oportuna y profesional de:
 - Los reportes de avances periódicos de su Práctica Profesional (FPP-2)
 - El informe técnico del proyecto realizado.
 - La carta de agradecimiento a la empresa por permitir desarrollar sus prácticas profesionales
 - La carta formal por parte de la empresa donde hace constar el total de horas y periodo de la estancia profesional del alumno(a).
- II. He corroborado que los contenidos y tiempos de los reportes de avances están acordes con lo planeado en los anexos del formato de inscripción FPP-1 y que los contenidos y forma del *informe técnico* satisfacen los requerimientos especificados en la normatividad.
- III. El número de horas acumuladas de práctica profesional, de acuerdo a los reportes de avance, es de con número 340 con letra trescientas cuarenta horas

Por lo anteriormente expuesto, no tengo inconveniente alguno en dar por liberado(a), al (la) alumno(a), anteriormente referido(a), del cumplimiento de la práctica profesional para la acreditación de la ESTANCIA PROFESIONAL de manera:

TOTAL y evaluarlo(a) con 20 créditos cumplidos.

Debido a que el alumno no terminó su práctica profesional en la empresa asignada, en base en sus reportes de avances, y dado que no ha acumulado _____ horas de práctica como mínimo, no tengo inconveniente alguno en dar por liberado(a), al (la) alumno(a), anteriormente referido(a), del cumplimiento de la práctica profesional para la acreditación de la ESTANCIA PROFESIONAL de manera:

PARCIAL y evaluarlo(a) con los siguientes créditos, con número _____ con letra _____.

Razones generales por no haber terminado la Práctica Profesional: _____

NOMBRE Y FIRMA DEL TUTOR DE PRÁCTICAS PROFESIONALES	NOMBRE Y FIRMA DE COORDINACIÓN/RESPONSABLE DE PRÁCTICAS PROFESIONALES DEL PROGRAMA	NOMBRE Y FIRMA DE COORDINACIÓN DIVISIONAL DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

Original: Coordinación/Responsable de Prácticas Profesionales
 Copias: 1) Tutor de Prácticas Profesionales, 2) Alumno