



UNIVERSIDAD DE SONORA
UNIDAD REGIONAL CENTRO
DIVISION DE INGENIERIA
DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAL

PROCESO DE E-MARKETING Y DESARROLLO WEB

MEMORIA DE PRACTICAS PROFESIONALES

INGENIERIA EN SISTEMAS DE INFORMACION

Presenta:

LUIS ANGEL MACIAS SALIDO

Director de prácticas profesionales:

Dr. José Luis Ochoa Hernández

Hermosillo, Sonora

Diciembre del 2014

Universidad de Sonora

Repositorio Institucional UNISON



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



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como openAccess

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Breve explicación del proyecto o actividad.....	2
1.2 Objetivo General	3
1.3 Línea metodológica.....	4
2. DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO	7
2.1 Equipamiento e instalaciones donde se desarrollaron las actividades que integra al proyecto de prácticas profesionales.....	7
2.2 Descripción de la normatividad o reglas de operación del programa o unidad receptora.....	8
2.3 Entorno donde se encuentra la unidad receptora	9
3. FUNDAMENTO TEÓRICO DE LAS HERRAMIENTAS Y CONOCIMIENTOS APLICADOS	10
3.1 Internet.....	10
3.2 Historia de e-marketing	11
3.3 E-marketing	11
3.4 Estrategias de marketing en internet	12
3.5 Herramientas, lenguajes de programación y metodología utilizadas en KM Solución en su estrategia de e-marketing	13
4.- DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES	17
4.1 Proceso de inducción.....	17
4.2 MONTESION	18
4.2.1 Modificación visual en la página web	18
4.2.2 Campaña de <i>banners</i>	21
4.2.3 Registro de clientes y presentación personal	23
4.3 Rosarito	25
4.4 Trabis	26
4.5 MDE-I.....	27
4.6 Comercial Química	31
4.7 Resultados	32
5. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA ADQUIRIDA	34
5.1 Análisis general del programa, su diseño, desarrollo y organización	34
5.2 Análisis de los objetivos del programa: grado de consecución.....	35
5.3 Análisis de las actividades realizadas	37

5.4 Análisis de la metodología utilizada.....	39
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
7. BIBLIOGRAFÍA.....	43
7. Anexos	44
Datos personales del alumno	44
Horario de prácticas profesionales:.....	44

1. INTRODUCCIÓN

Las empresas necesitan estar en constante innovación para poder conseguir y mantener a sus clientes para poder generar ingresos. Las tecnologías de información tienen un gran número de herramientas para apoyar a los procesos de venta a través de sus métodos de difusión y administración de clientes.

Además, necesitan generar formas nuevas de gestionar a los empleados dentro de la empresa (mejorando la comunicación empresa-consumidor), se obtiene como resultado una respuesta más rápida y efectiva a los posibles problemas y oportunidades a presentarse dentro de la empresa.

La necesidad de los clientes en darse a conocer a través de la web y realizar nuevas estrategias de publicidad para generar prospectos, mantener clientes y estar en constante innovación en el mundo de las tecnologías de información, hicieron posible al nacimiento del e-marketing.

El proceso de e-marketing que se utiliza en la actualidad, hace gran uso de herramientas digitales para la elaboración de diseños, los cuales sean atractivos al público, haciendo que las personas, se interesen por nuestra empresa y convirtiéndolos así en prospectos para el negocio.

El desarrollo de sistemas y páginas web, está teniendo una gran importancia en estos tiempos, debido también a los avances que ha tenido la tecnología en el área del proceso e-marketing. Una de las utilidades que se le da a este tipo de desarrollo, es el de tipo comercial, es decir, se utiliza para atraer a los clientes o a personas ajenas a la empresa para convertirlas posteriormente en clientes (Prospectos).

Una página web, es una manera sencilla de llamar la atención, ya que Internet se encuentra de manera accesible para cualquier persona por lo general, y dentro de ella se puede colocar gran cantidad de información de la empresa/negocio de manera organizada e inclusive dárse a conocer de manera global.

1.1 Breve explicación del proyecto o actividad

El proyecto en la empresa KM Solución durante el periodo del 27 de enero del 2014 al 10 de abril del 2014, tuvo como finalidad proporcionar al practicante experiencia real en el campo del e-marketing[9], preparándolo al mismo tiempo para laborar en otro tipo de proyectos relacionados al desarrollo web, enseñando una metodología practica para ofrecer un beneficio mutuo (tanto a la empresa como al alumno).

Km solución es una empresa consultora que ofrece sus servicios a sus clientes y le asigna a cada participante un cliente en particular.

En el primer cliente, MONTESION, hubo que realizar cambios en la estructura de su página web y corregir la versión en inglés de la misma página. Otra problemática a resolver es retomar la campaña de banners publicitarios a cargo de otro practicante, ésta consiste en llevar un control del envío de estos banners.

En el segundo cliente, Rosarito, hubo que llevar a cabo un proceso de capacitación a un trabajador de Rosarito en el proceso de e-marketing. Ésta capacitación consistió, en enseñar principalmente como diseñar y enviar banners, para después generar un reporte de resultados.

En el tercer cliente, MDE-I, hubo que retomar tanto la renovación, como la campaña de banners dejado por un practicante que finalizo sus prácticas. Está consistía en una visita de inspección a la empresa, una generación de estructura de la página y de contenidos, generación de reportes y trato continuo con el cliente para auditorias de los contenidos.

En el cuarto cliente, Comercial Química, se debió de retomar la campaña de banners junto con la generación de reportes de tráfico, tanto como

reestructuración de su base de datos donde los clientes están separados por filtros.

En el quinto cliente, Trabis, hube de crear una nueva página web usando Drupal, ocupando una reestructuración de la página partiendo desde un diseño de pantallas preliminar.

Durante este tiempo, se me brindaron los documentos y fuentes necesarias, así como ayuda por parte de los tutores de la UNISON y las autoridades de KM Solución, de manera que siempre tuve apoyo en estas prácticas.

1.2 Objetivo General

Dar seguimiento a distintos clientes, analizando, desarrollando y gestionando sitios WEB. Realizar proyectos en el área de e-marketing y mejorar las habilidades de trabajo en equipo.

1.2.1 Sub Objetivos

A continuación, se presenta un desglose de los objetivos establecidos y realizados durante la estadía como Practicante en la empresa KM Soluciones, que cuentan con la función de proporcionar al alumno las experiencias y habilidades necesarias para desarrollarse en el entorno laboral.

1. Proceso de inducción a la empresa y la forma de realizar los proyectos.
2. Capacitación para realizar tableros de banners.
3. Capacitación para configurar la administración de contenidos para página web.
4. Capacitación para la configuración del diseño de banners.
5. Brindar apoyo en la configuración para envío de correos masivos (Constant [6] , Gmail).
6. Realizar bitácora de disparos para control de clientes.
7. Administración de base de datos en CRM.
8. Análisis de tráfico web [6].

9. Realizar reportes basados en los indicadores de e-marketing.
10. Participación en junta semanal.
11. Administración de procesos gis
12. Administración de redes sociales
13. Administración de proyectos utilizando sistemas de organización como Trello [6] y la entrega de reporte de resultados logrados.

1.3 Línea metodológica

La metodología que se siguió en el desarrollo y continuación de trabajos fue la misma, solo que fue aplicada en diversas etapas, según en la cual se encontrara el proyecto.

Se trabajó en específico en el área de e-marketing y el punto de inicio dependía del estado actual del cliente y la etapa del proyecto e-marketing que se encuentre.

A continuación, se describirán los pasos a seguir en un proyecto partiendo desde el inicio, es decir, una vez que se consigue al cliente:

1. **Recopilación de información:** Consiste en visitar en su lugar de trabajo a nuestro cliente, de esta manera podemos comprender mejor el giro al que se dedica su empresa. En esta visita buscamos obtener de parte de él la información necesaria para la creación de la página web respondiendo a la pregunta básica: ¿Qué es lo que desea mostrar? Además de eso, pedimos al cliente sobre su visión de la página web, es decir, colores, secciones, tipo de letra, etc.
2. **Desarrollo de la página web.** Aquí se llevan los procesos necesarios para crear la página web. Los procesos son los siguientes:
 - 2.1. **Creación de borrador:** En base a la recopilación de información creamos los primeros bosquejos donde ya contaremos con la información anexada.

- 2.2. **Correcciones:** El borrador es mostrado al supervisor y luego al cliente, se hacen las correcciones necesarias y se repite este proceso hasta que no hay más que corregir.
- 2.3. **Publicación de la página web:** La página web es subida al host y se le da un dominio. Se informa al cliente y la página es publicada una vez que él lo aprueba.
3. **Desarrollo de banners.** La publicidad de la empresa, además de ser con la página web, será proporcionada por medio de banners vía correo electrónico. Los pasos para su desarrollo son los siguientes:
 - 3.1. **Proceso novela de banners:** Este proceso consiste en hacer una línea de temas en los que se abarquen los productos, servicios y/o promociones que posea la empresa y generar con ello la información para un banner publicitario.
 - 3.2. **Selección de mercado:** El cliente nos debió proveer una base de datos con los correos de sus clientes y posibles clientes. Si nuestro cliente no los posee nosotros le generaremos esa base de datos investigando sus posibles clientes.
 - 3.3. **Creación de borradores:** Se desarrollan varios borradores con el contenido de la novela. Estos son desarrollados con Photoshop usando imágenes y textos.
 - 3.4. **Correcciones:** Se someten a revisión con el supervisor y jefe hasta que se da el visto bueno y se puede continuar con el siguiente banner.
 - 3.5. **Selección y calendarización:** Se jerarquizan dependiendo del orden de los temas de la novela, se seleccionan varios y se programan las fechas en las que serán enviados a los clientes en base a su jerarquización.
 - 3.6. **Envío de banners:** Una vez que se tienen los banners finales, el mercado y las fechas, se envían los banners a los correos siguiendo el orden ya establecido.

4. **Generación de reportes:** Se genera un reporte de resultados de cada disparo con las cantidades de recibidos y el tráfico de la página.

El proceso de e-marketing, tiene un alcance diferente con cada cliente, ya que cada cliente/empresa maneja diferentes segmentos, estos pueden ser muy amplios o muy específicos, por lo que el alcance de la campaña la decide el cliente a través de la decisión de que segmentos se va enfocar o que plan de juego tenga ya anteriormente.

KM Solución busca generar nuevos clientes y prospectos a partir de estos puntos, por lo que si el cliente no tiene bien definido a quien vender, la estrategia puede ir más lenta. Esta estrategia se tiene que hacer de manera constante y estar generando mayor movimiento dentro de la página web de la empresa a través de disparos de envíos de correos masivos a los segmentos disponibles.

Los clientes, gracias a este proceso, tienen como ventaja generar una mayor difusión para generar ventas subiendo su escala de municipal a estatal y de estatal a mundial dándose a conocer con las nuevas tecnologías.

En el proceso del e-marketing puedes agregar en cualquier momento la página, los banners y la novela y buscando los prospectos no están ligados estrictamente el uno con el otro pero al juntarse a forman una sinergia que hace más efectivo el proceso de e-marketing.

La forma de vender de los clientes/empresas presenta una innovación debido a una nueva forma de competencia a nivel global, este proceso no cambia en los proyectos realizados, solo que cada uno se encuentra en diferentes etapas del e-marketing.

2. DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO

2.1 Equipamiento e instalaciones donde se desarrollaron las actividades que integra al proyecto de prácticas profesionales

Primeramente, 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, 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 3 áreas:

- Área de administración-mercadotecnia, aquí es donde se llevan a cabo las finanzas y mercadotecnia propia de la empresa. Está en el puesto de director general el Ing. Heriberto Aja Leyva siendo la persona de más alto nivel, la coordinadora de esta área es la Lic. Karen Palacios.
- Área de sistemas: aquí se encuentran realizando las prácticas profesionales 4 practicantes realizando tareas de e-marketing con diferentes clientes llevando a cabo todo el proceso con cada cliente. El jefe directo en esta área es el Gerente de Tecnologías de Información (TI), Leonardo Llanes, quien además cuenta con el apoyo de la coordinadora Karen Palacios. En el área de sistemas es donde se lleva a cabo el equivalente el área de producción de otras empresas, es donde se desarrollan los sistemas para clientes.
- Área de ventas: Aquí se concretan los tratos entre clientes y la empresa, es donde llevan a cabo el trato directo con los clientes, se les muestra cómo ha de trabajar la empresa así como los beneficios de contratar a KM Solución. La coordinadora de esta área es la Lic. Jessica Contreras.

El trabajo realizado dentro del área de sistemas es variado, las tareas se listan a continuación:

- Cambiar partes de las páginas web, desde estructura hasta contenido.
- Administrar la base de datos de los clientes, ya sea agregando, quitando o actualizando la información.
- Analizar la base de datos y determinando cuando se necesita aumentar críticamente los prospectos y clientes.
- Realizar reportes de indicadores de tráfico y rendimiento de la campaña.
- Realizar el diseño de banners para las campañas y el posicionamiento geográfico usando la herramienta GIS.
- Asistir a reuniones.
- Tener comunicación continua con el cliente para ir informando los avances de la campaña y las actividades a realiza a futuro.

El equipo físico con el que se trabajó en mi estancia de las prácticas profesionales fue una laptop, teléfono, impresora.

2.2 Descripción de la normatividad o reglas de operación del programa o unidad receptora

- **Horas a las que te comprometes:** Se refiere al horario que te puedes presentar para empezar a trabajar hora de entrada y salida.
- **Compromiso del estudiante:** Se refiere al responsabilidad por las actividades realizadas como presentarse puntualmente a la empresa
- **Contrato de confidencialidad:** Se refiere a respetar la información adquirida de los clientes y proyectos.
- **Cumplir con el Horario de asistencia:** Trabajar de forma puntual sin faltar a la empresa

- **Duración mínima de proyecto:** Se refiere al tiempo que trabajarás y cuando deseas terminar y qué estás dispuesto hacer para lograrlo.
- **Respetar al cliente y a tus compañeros de trabajo:** Tener un buen trato de respeto con clientes y compañeros de trabajo
- **Trabajar usando las herramientas que usa la empresa:** La empresa cuenta con herramientas de trabajo específicas para realizar ciertas funciones se deben aprenderá usarlas para poder tener una forma de trabajo fluida y no afecte cuando otras personas revisen o retomen el proyecto.

2.3 Entorno donde se encuentra la unidad receptora

Nombre de la empresa: KM Solución

Dirección: Periférico Norte #20 Local 7 Colonia Modelo

CP: 83190

Ciudad: Hermosillo Sonora

Teléfono: (662) 2- 105-404

Director: Heriberto Aja Leyva

Gerente de TI: Leonardo Llanes

Cuenta con 3 cubículos una oficina y una sala de juntas y 2 baños



Figura 2.3 Localización geográfica de KM Solución.

3. FUNDAMENTO TEÓRICO DE LAS HERRAMIENTAS Y CONOCIMIENTOS APLICADOS

3.1 Internet

Antes de entrar de lleno al e-marketing hay que hablar de la base de todo, Internet, y con ello sus ventajas.

En Internet podemos encontrar infinidad de utilidades, sin embargo, podemos resumir sus aplicaciones en, básicamente, cinco áreas[9]:

1. La comunicación, de individual a grupal.
2. Transmisión de datos.
3. Manejo y obtención de Información.
4. Procesamiento de datos, sistemas de tomas de decisiones.
5. Aplicación Comercial o transaccional.

Estas aplicaciones cuentan con diversas herramientas que ayudan a realizarlas con mayor facilidad, estas herramientas se han ido creando y mejorando con el paso del tiempo, se utilizan de acuerdo a los requerimientos del usuario, así como a sus posibilidades.

Actualmente internet constituye un medio de comunicación cada día más importante y utilizado por millones de personas en todo el mundo. Existen diversidad de herramientas en Internet que permiten obtener las ventajas del ciberespacio para las necesidades de una empresa, hay herramientas costosas y estructuradas específicamente para una empresa en particular, pero también existen herramientas genéricas gratuitas que están al alcance de cualquiera que quiera utilizarlas.

Así pues, indicaré diversas herramientas de Internet que pueden utilizar las empresas de menor tamaño, estas si se utilizan de manera adecuada y con sentido pueden ser de gran provecho para ayudar a los negocios a tener un conocimiento del mercado, de esa manera poder tomar mejores decisiones a la hora de realizar planes, así como manejar de una manera más fácil la información.

3.2 Historia de e-marketing

El Marketing en Internet se originó a inicios de los 90's como páginas web sencillas, de solo texto, que ofrecían información de productos. Luego, siguiendo el desarrollo del internet, evolucionó en avisos publicitarios completos con gráficos[9].

Como sabemos, Internet es un medio interactivo, que a diferencia de los medios tradicionales como radio o televisión, permite conocer las preferencias y tendencias de consumo del posible cliente y desplegar información personalizada de acuerdo a ellas, es una fuente de retroalimentación.

Internet ha cambiado mucho el mundo del marketing y de los negocios en general, por eso, debemos tener en cuenta el empleo de ese medio a la hora de elaborar nuestra estrategia de marketing.

3.3 E-marketing

Actualmente, el e-Marketing (comercio electrónico o marketing en internet) es una alternativa cada vez más utilizada por las empresas para difundir y promocionar sus productos y servicios. La verdadera importancia del e-marketing en Internet es que, definitivamente, se muestra con todo su poder y se hace casi infinito.

La publicidad en internet ofrece las siguientes ventajas, no siendo las únicas que puede brindar:

- Permite medir de forma muy precisa y de forma continua el resultado de las campañas de publicidad.
- Permite entrar directamente en contacto con los potenciales clientes o usuarios.
- Permite continuas adaptaciones y modificaciones de las campañas según las exigencias del momento.
- Es mucho más económico que los medios de comunicación "tradicionales".
- Analizar el tipo de clientela que adquiere nuestro producto.

El comercio electrónico y las tecnologías tienen el potencial de dar lugar a importantes ganancias de productividad a nivel de empresa, sobre todo cuando se aplica a los negocios las relaciones comerciales, las tecnologías electrónicas pueden conducir a la racionalización de los procesos de negocio y ahorro de costos. Como un impacto inmediato, estas tecnologías permiten la automatización de procesos comunes, como la distribución, venta, servicio post-venta y gestión de inventario.

De todo esto era de esperarse que existan muchas agencias especializadas en la publicidad en internet. Estas empresas se dedican a buscar anunciantes, asesorarlos, crear anuncios y banners para internet, desarrollan planes de marketing en internet y analizan las audiencias a las cuales les podría interesar su servicio o producto.[9]

3.4 Estrategias de marketing en internet

Una correcta estrategia de Marketing Online puede beneficiar a cualquier marca y ayudarla a potencializar la captación de clientes y Ventas.

Para una correcta estrategia de Marketing en Internet, debemos estar conscientes que necesitamos por lo menos las siguientes 4 bases ya que no podemos hablar de estrategia si no contamos con estos medios:

1. Páginas web
2. Publicidad por Internet
3. SEO, posicionamiento en buscadores
4. Redes sociales

3.5 Herramientas, lenguajes de programación y metodología utilizadas en KM Solución en su estrategia de e-marketing

Desarrollo web

Es un título algo arbitrario para el conjunto de tecnologías de software del lado del servidor y del cliente que involucran una combinación de procesos de base de datos con el uso del navegador en Internet a fin de realizar determinadas tareas o mostrar información.[6]

Joomla

Es un Sistema de gestión de contenidos (en inglés Content Management System, o CMS) que permite desarrollar sitios web dinámicos e interactivos. Permite crear, modificar o eliminar contenido de un sitio web de manera sencilla a través de un *Panel de Administración*. [7]

Drupal

Es un marco de gestión de contenidos (denominado en inglés Content Management System o CMS) libre, modular multipropósito y muy configurable que

permite publicar artículos, imágenes, archivos y otras cosas u otros archivos y servicios añadidos como foros, encuestas, votaciones, blogs y administración de usuarios y permisos.[8]

Photoshop

Adobe Photoshop (popularmente conocido sólo por su segundo nombre, Photoshop) es un editor de gráficos remasterizados desarrollado por Adobe Systems principalmente usado para el retoque de fotografías y gráficos.[10]

Táctica

Te permite visualizar todas las operaciones de clientes registrados en un pantallazo. Por ejemplo, puedes saber cuántas cotizaciones se realizan, en qué estado están, el porcentaje de posibilidad de aceptaciones, etc. De esta manera, puedes hacer distintos análisis, y a la vez podemos brindarle una respuesta más rápida al cliente.[11]

Chimp Mail

El correo electrónico sigue siendo el rey de las comunicaciones profesionales entre empresas y particulares. Su uso en campañas de marketing o para informar de la evolución de un proyecto o una venta, es masivo. Chimp Mail, el servicio líder de correo electrónico profesional y otros servicios como aweber.com, nos ayudan a controlar tres factores clave: la lista de destinatarios, la forma y contenido del mensaje, y por último el envío y sus resultados.[13]

Constant

ConstantContact, Inc. es una empresa de marketing en línea que ofrece el marketing de correo electrónico, marketing en medios sociales, en línea encuesta,

marketing de eventos, tiendas digitales y herramientas de ofertas locales, sobre todo a las pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro y asociaciones de membresía.[15]

BalsamiqMockups

Es una herramienta *wireframing* rápida que le ayuda a trabajar más rápido y más inteligente. Se reproduce la experiencia de dibujar en una pizarra, pero el uso de un computadora.

Hacer maquetas es rápido. Usted va a generar más ideas, por lo que usted puede lanzar a los malos y descubrir las mejores soluciones.[14]

Skype

Es un software que permite comunicaciones de texto, voz y vídeo sobre Internet (VoIP). Fue diseñado en 2003 por el danés JanusFriis y el sueco NiklasZennström (también creadores de Kaza) y desarrollada en su solución técnica por los estonios PriitKasesalu, y AhtiHeinla, ya que de hecho Skype nació en Tallin, Estonia.² El código y protocolo de Skype permanecen cerrados y propietarios, pero los usuarios interesados pueden descargar gratuitamente la aplicación ejecutable del sitio web oficial. Los usuarios de Skype pueden hablar entre ellos gratuitamente.[5]

B2B

El B2B ha venido impulsado también por la creación de portales para agrupar compradores. Así, encontramos, por ejemplo portales de empresas de automoción, alimentación, químicas u hostelería, entre otros. Las compañías se agrupan para crear dichas páginas aglutinando fuerzas lo que les permite negociar en mejores condiciones. El mantenimiento de las páginas se produce pidiendo un

canon por cotizar o cobrando a los socios una comisión del negocio realizado en el portal.[3]

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 webmasters.

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 (hasta entonces la mayor compañía de análisis estadístico de páginas web) por parte de Google.[4]

PHP

Es un lenguaje de programación de uso general de código del lado del servidor originalmente diseñado para el desarrollo web de contenido dinámico. Fue uno de los primeros lenguajes de programación del lado del servidor que se podían incorporar directamente en el documento HTML en lugar de llamar a un archivo externo que procese los datos. El código es interpretado por un servidor web con un módulo de procesador de PHP que genera la página Web resultante. PHP ha evolucionado por lo que ahora incluye también una interfaz de línea de comandos que puede ser usada en aplicaciones gráficas independientes. Puede ser usado en la mayoría de los servidores web al igual que en casi todos los sistemas operativos y plataformas sin ningún costo.[1]

Filezilla

Es un cliente FTP multiplataforma de código abierto y software libre, licenciado bajo la Licencia Pública General de GNU. Soporta los protocolos FTP, SFTP y FTP sobre SSL/TLS (FTPS).[2]

MySQL

Es un sistema de gestión de bases de datos relacional, multihilo y multiusuario con más de seis millones de instalaciones. [12]

4.- DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES

4.1 Proceso de inducción

Cuando comencé a trabajar ahí, se realizó el proceso de inducción que consistía en generar un página de prueba basada en el B2B, esto para poder aprender a manejar Joomla y empezar a comprender lo que conforma el proceso de e-marketing, realizando autoaprendizaje a base de tutoriales y videos logré hacer un borrador de la primer página en la que trabajaría.



Figura 4.1. 1Borrador de página en Joomla

Esta página está basada en un tema que el gerente de TI asigna a cada practicante, es diferente para cada uno pues así podemos formar contenidos y tener algo más tangible al momento de diseñar y agregar funciones a nuestra página web en Joomla.

Al momento de empezar con Joomla tuve un poco de dificultades, me sentía limitado ya que no podía modificar libremente a mis necesidades, tenía que seguir las reglas establecidas por el CMS y bajar componentes para agregar funciones, dichas funciones tenían que ser revisadas para poder comprenderlas y utilizadas.

4.2 MONTESION

4.2.1 Modificación visual en la página web

Consistió en realizar cambios en la página www.montesion.mx, en esta ocasión ya no se trataba de más prácticas, era un proyecto con un cliente real, una clínica de rehabilitación llamada MONTESION.



Figura 4.2.1. 1 Página web www.montesion.mx en la cual llevé a cabo las modificaciones.

La página web estaba hecha a código abierto, por lo que para modificarla tenía que ser desde cualquier editor de texto (notepad, notepad++, sublime text, etc).

Aprendí a trabajar con un respaldo, así, ya que tuviera las modificaciones listadas podría subirlo al servidor remoto.



Figura 4.2.1. 2Apariencia tras insertar banner nuevo.

Otro cambio, consistió en cambiar el fondo, el tamaño de letra, modificar la sección "nosotros" y el footer o pie de página, el cual, antes era de un color gris muy oscuro, tuve que cambiarlo a color blanco.



Figura 4.2.1. 3Así quedó tras cambiar el tamaño de letra.

La página estaba hecha en dos versiones, una en español y otra en inglés, esto significaba que cada cambio realizado en un idioma debía transcurrir de manera paralela en el otro idioma. Este caso fue una grata experiencia ya que me permitió abordar con un poco más de detalle el lenguaje CSS en el cual casi no tenía experiencia.

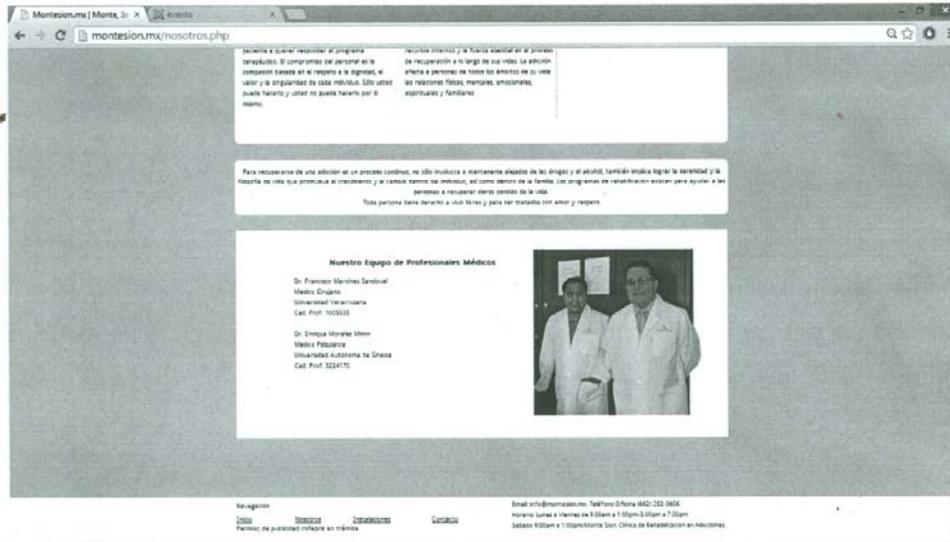


Figura 4.2.1. 4Footer ya modificado.

La forma de trabajar era simple, yo hacía las modificaciones necesarias y una vez que yo consideraba que estaba listo, el gerente de TI revisaba los cambios que iba a implementar, el control era en todo pues incluso cuando hice el *banner* también hubo supervisión.

Una vez que el trabajo ya estaba aprobado por el gerente de TI debía de subir los archivos, para esto me apoyaba en el programa *Filezilla*, dicho programa permite gestionar los archivos dentro de un hosting de manera fácil, ya sea para subir o bajar tales archivos.

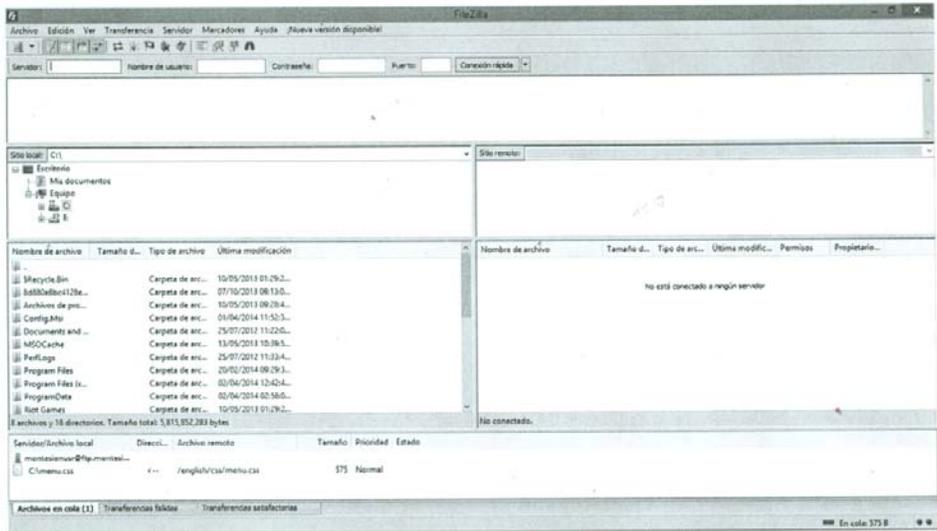


Figura 4.2.1. 5Captura de pantalla de Filezilla.

4.2.2 Campaña de banners

Una vez terminada la modificación visual de la página web se me indicó que seguía la campaña de banners de la clínica MONTESION, este proceso me fue explicado por una de las practicantes a punto de terminar de la cual herede el cliente. La practicante me explicó a detalle en qué consistía esta parte del proyecto.

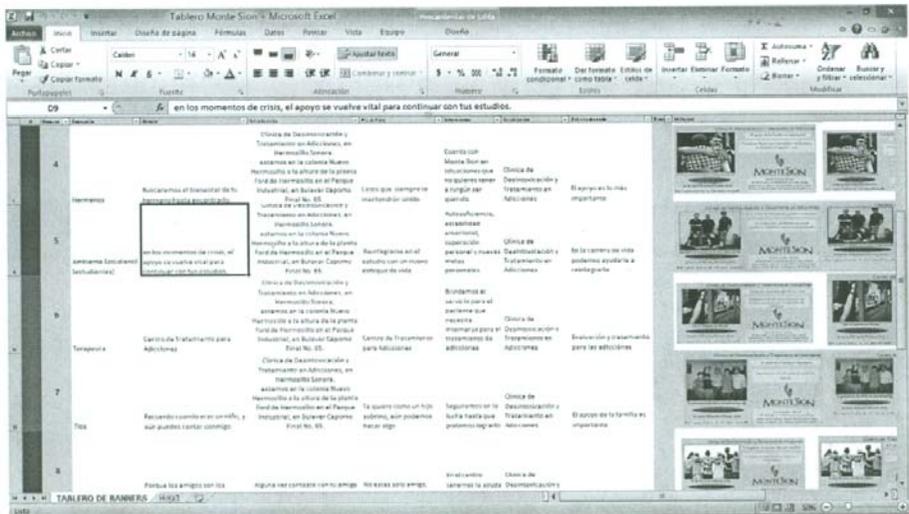


Figura 4.2.2. 1Tabla de banners a mandar semanalmente a los clientes

Los *banners* enviados a los clientes de manera semanal tienen una temática cambiante y cíclica para informar y promover las actividades de la clínica, de esta manera busca generar clientes nuevos.

Cuando comencé esta actividad, el envío de *banners* se hacía casi de manera manual y local, la base de datos estaba guardada en *Excel*. Un par de semanas después de iniciar mis actividades en la campaña de *banners* comenzamos a usar *Chimp Mail* que nos permitía tener una base de datos remota y además facilitaba la tarea de enviar correos masivos.



Figura 4.2.2. 2Captura de pantalla donde se muestra la página principal de Chimp Mail.

Una vez enviados los *banners* era necesario hacer un reporte de correos no enviados, respuesta de clientes y cuantos clics hubo en la página. Estos reportes se creaban en Word, luego se enviaban al gerente de TI quien después los transmitía al cliente. Su utilidad era la de informar al cliente de los avances de la compañía.

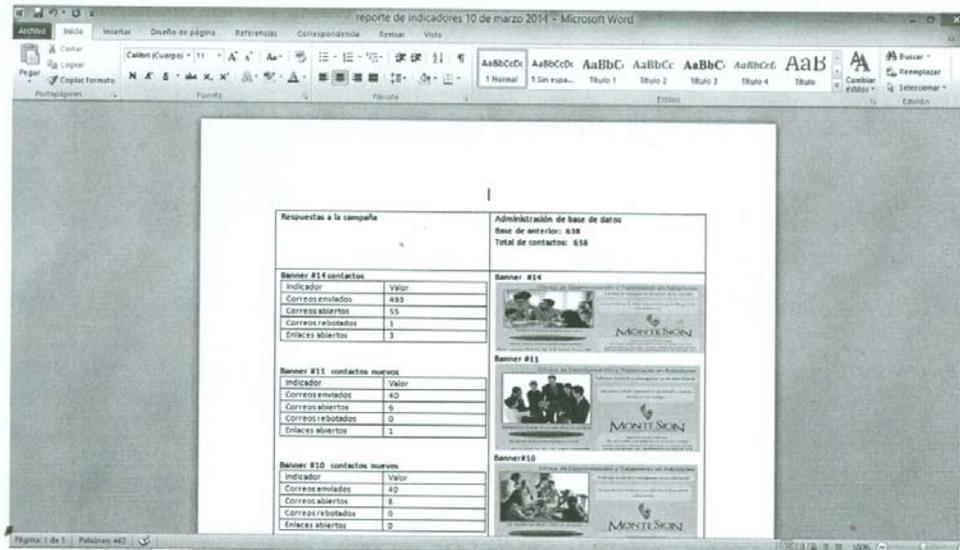


Figura 4.2.2. 3Captura de pantalla de los reportes creados.

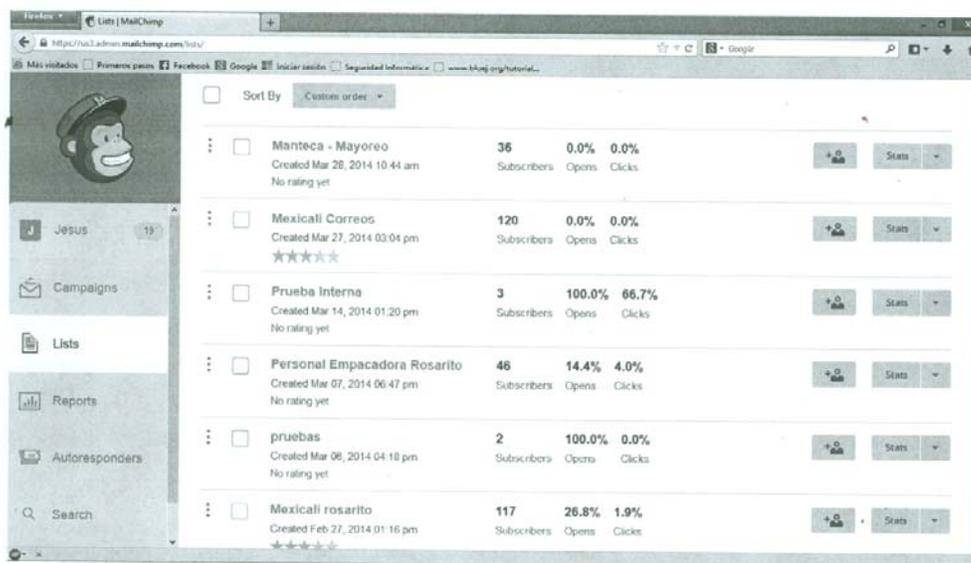
4.2.3 Registro de clientes y presentación personal

Luego de llevar a cabo la campaña de *banners*, comencé a utilizar el CRM de nombre TACTICA. Mi actividad aquí fue registrar las empresas y prospectos que tenía MONTESION, así como agregar a los empleados de cada prospecto. Esto tomaba un poco de tiempo ya que eran diferentes empresas y, además, se tenía que estar agregando de manera individual a los clientes.

4.3 Rosarito

Mi siguiente proyecto fue con productos Rosarito, realicé la creación de las bases de datos que utilizaría la empresa Rosarito para los correos masivos.

Este proyecto consistió en *e-marketing* mediante dichos correos, se trataba de informar a los clientes de la empresa así como de sus promociones. Todo esto se hacía de manera masiva y semanal.



	Sort By	Custom order					
			<input type="checkbox"/>	Manteca - Mayoreo	36	0.0%	0.0%
				Created Mar 26, 2014 10:44 am	Subscribers	Opens	Clicks
				No rating yet			
			<input type="checkbox"/>	Mexicali Correos	120	0.0%	0.0%
				Created Mar 27, 2014 03:04 pm	Subscribers	Opens	Clicks
				★★★★★			
			<input type="checkbox"/>	Prueba Interna	3	100.0%	66.7%
				Created Mar 14, 2014 01:20 pm	Subscribers	Opens	Clicks
				No rating yet			
			<input type="checkbox"/>	Personal Empacadora Rosarito	46	14.4%	4.0%
				Created Mar 07, 2014 06:47 pm	Subscribers	Opens	Clicks
				No rating yet			
			<input type="checkbox"/>	pruebas	2	100.0%	0.0%
				Created Mar 06, 2014 04:18 pm	Subscribers	Opens	Clicks
				No rating yet			
			<input type="checkbox"/>	Mexicali rosarito	117	26.8%	1.9%
				Created Feb 27, 2014 01:16 pm	Subscribers	Opens	Clicks
				★★★★★			

Figura 4.3. 1 Captura de pantalla de Chimp Mail ahora utilizada para la BD de Rosarito.

Tras haber creado la base de datos de Rosarito, el gerente de TI me asignó instruir a un empleado de la empresa, le tenía que explicar en qué consistía el diseño de un *disparo que consiste en la elaboración de la plantilla de correo que se enviara* y también explicar el manejo de la herramienta *Chimp Mail*, ya que posteriormente el estaría realizando este proceso.

Mientras el aprendía lo necesario para manejar el la labor, tuve que realizar los *disparos*, revisar y enviar los *banners* y actualizar las listas de contactos de los

clientes. Esto era algo que yo tenía que hacer y además ejemplificaba al que sería el nuevo encargado.

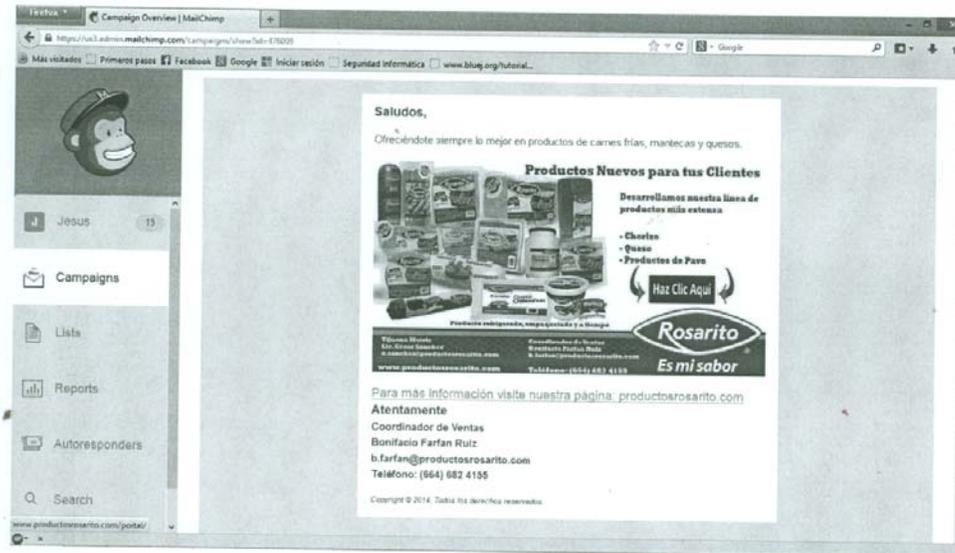


Figura 4.3. 2 Captura de pantalla de Chimp mail con un banner a enviar.

4.4 Trabis

A KM Solución le Llegó otro cliente nuevo en búsqueda de una página web, la compañía era Trabis, una constructora y vendedora de artículos de construcción. El gerente de TI me asignó el trabajo de generar las pantallas de diseño de la página a través de un inventario que él había realizado.

Para poder realizar esta tarea yo utilicé un programa de diseño llamado *BalsamiqMockups*, partí de los diseños en bosquejos que había realizado el gerente de TI en un cuaderno.

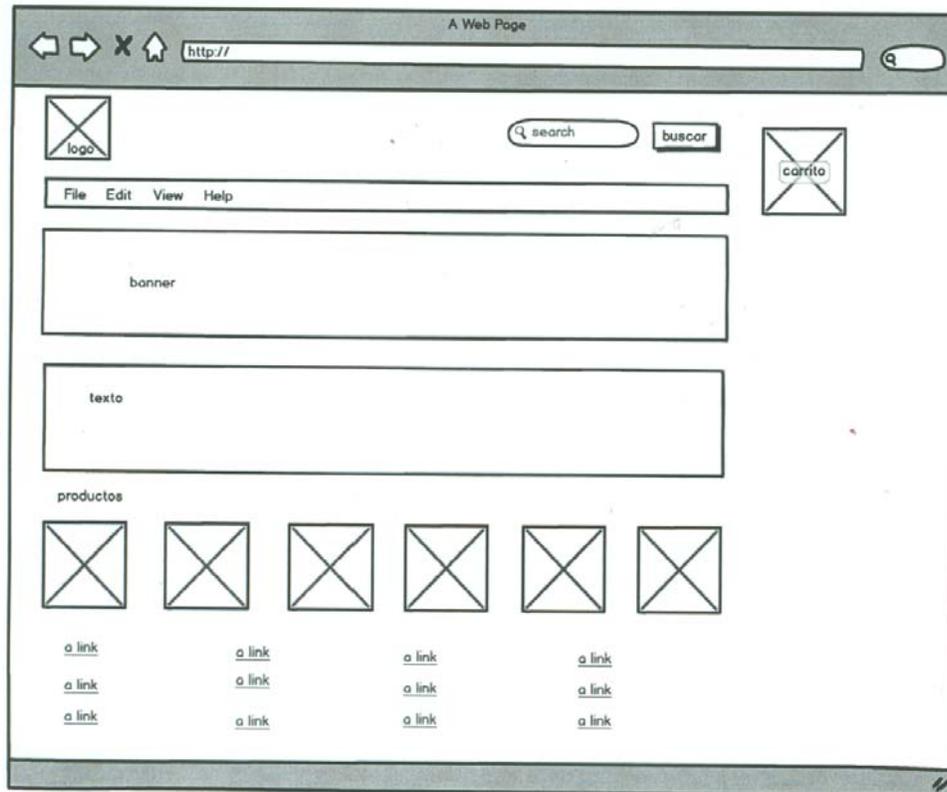


Figura 4.4. 1 Estructura de la página web en BalsamiqMockups.

4.5 MDE-I

En la empresa había practicantes que ya estaban por terminar, ellos finalizaron sus prácticas mientras yo llevaba a cabo los otros proyectos, pero cuando yo finalicé los anteriores ellos culminaron sus labores, en ese momento me fue asignado MDE-I.

Mi primera actividad en este proyecto fue ir a la empresa que se encontraba en Nogales para adquirir la información de contenidos de la página, ya que faltaba información, esta visita la realizamos el gerente de TI, otro practicante y yo, el viaje fue redondo en el mismo día. Durante el viaje nos mostraron la empresa en

un breve recorrido, y mientras la conocíamos nos explicaban los diferentes procesos de la empresa mientras se tomaban fotos de la maquinaria con los empleados.



Figura 4.5. 1 Maquinaria y empleados de MDE-I.

Apenas regresamos a Hermosillo, comenzamos la reestructuración de la página con información, previamente depurada, obtenida durante el viaje. Ya que planeamos la reestructuración agregamos el nuevo contenido a ella.

En KM Solución creábamos las páginas webs mediante el CMS *Joomla*, para poder trabajar había que instalar *Joomla* en el servidor remoto, una vez instalado se comienza a trabajar con la plantilla. Cuando la plantilla está terminada se agregan los contenidos a través de un gestor de artículos.

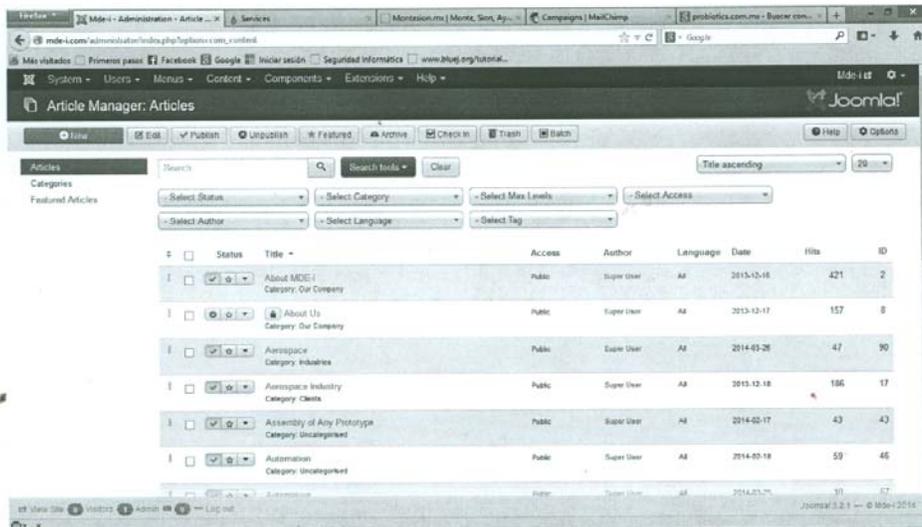


Figura 4.5. 2 Captura de pantalla del gestor de artículos de Joomla.

El trabajo en esta página era un poco extenso debido a que los contenidos y estructura de la página se empezaban de cero. Todo el contenido tenía que traducirse a inglés, ya que era el idioma en que la página mostraba su información.



Figura 4.5. 3 Página de inicio de <http://mde-i.com>

La sección de administración de archivos en la página de MDE-I se divide por secciones, en cada sección hay un artículo individual con detalles de los servicios o producto de la empresa.

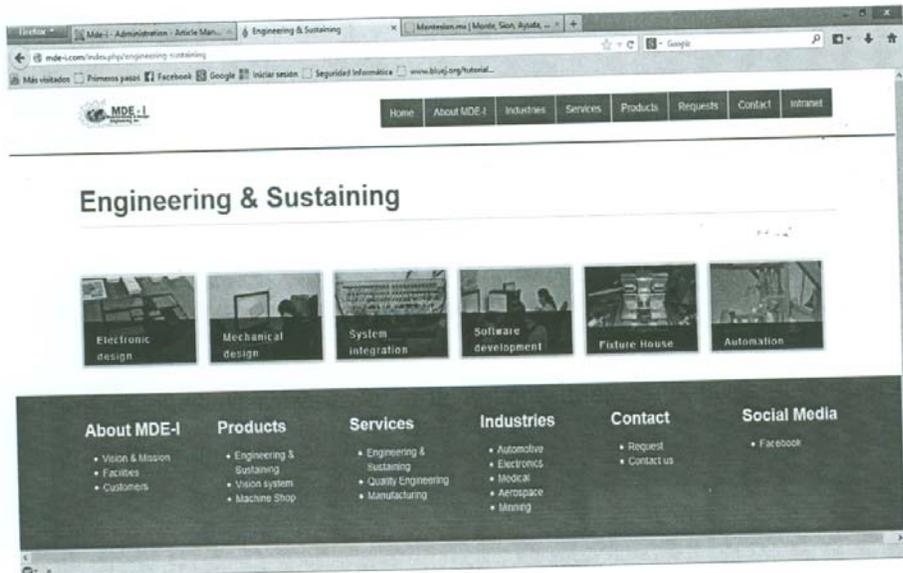


Figura 4.5. 4 Captura de pantalla de la división de secciones.

4.6 Comercial Química

El último proyecto que tomé fue Comercial Química, en esta empresa retomé el trabajo de un practicante que había finalizado su tiempo, el me dejó la campaña en la etapa final, solo tenía que realizar los reportes de los *banners* a mandar, estos junto con su respectivo análisis de tráfico de la página web.

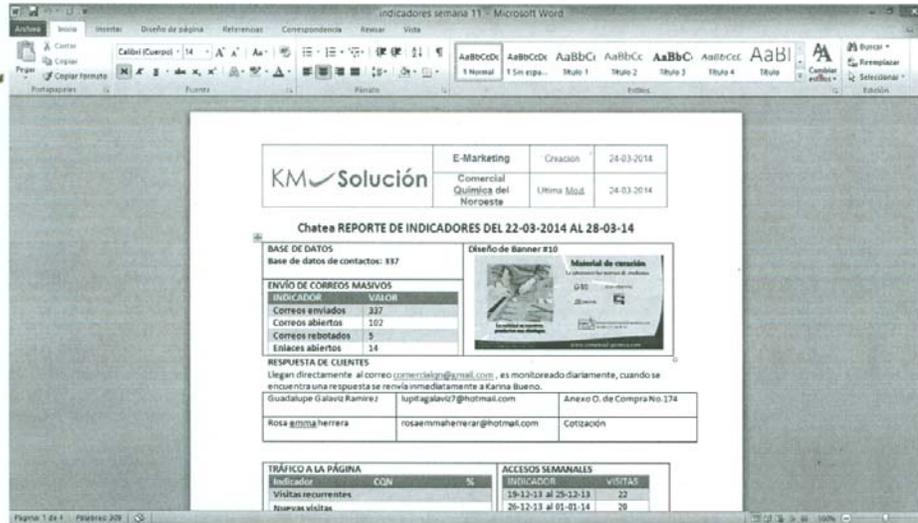


Figura 4.6. 1 Captura de pantalla del reporte de envío de Banners para Comercial Química.

Además, realicé un filtrado de la base de datos dividiéndola por segmentos ya que no tenían un orden establecido, tomé parámetros generales y básicos.

Razon Social	Nombre	Ciudad	Estado	Colonia	GRUPO	SECTOR	Cliente tipo
1. SALUD LABORAL DE HERMOSILLO SUT SA DE CV		HERMOSILLO	SONORA	SACRAMENT	PARTICULAR	SALUD.	CLINICA.
2. CENTRO DE PATOLOGIA AVANZADA DE SON. S.C.		HERMOSILLO	SONORA	COL. CENTRIC	PRIVADO.	SALUD.	CLINICA.
3. ASOCIACION SONORENSE PARA LA SALUD REPRODUCTIVA A.C.		HERMOSILLO	SONORA	SAN BENITO	PRIVADO.	SALUD.	CLINICA.
4. CLINICA DE INFERTILIDAD HERMOSILLO S.A. DE C.V.	DR. FELICIANO LEON PAYAN	HERMOSILLO	SONORA	UNION DE LE	PARTICULAR	SALUD.	CLINICA.
5. CLINICA DEL NOROESTE. S.A. DE C.V.		HERMOSILLO	SONORA	RESIDENCIAL	PARTICULAR	SALUD.	CLINICA.
6. CLINICA DE INFERTILIDAD HERMOSILLO S.A. DE C.V.	MARIA TERESA BUSTAMANTE CRUZ	HERMOSILLO	SONORA	CENTRO	PARTICULAR	SALUD.	CLINICA.
7. CLINICA DEL NOROESTE. S.A. DE C.V.	MMC JOSE MANUEL CORDOVA COYOT	HERMOSILLO	SONORA	CONSTITUCH	PARTICULAR	SALUD.	CLINICA.
8. AGRUPACION GEORGE PAPANICOLAOU, A.C.		HERMOSILLO	SONORA	PRADOS DE E	PARTICULAR	SALUD.	CLINICA.
9. CENTRO DE ATENC. DIAG. Y REHAB. PRIV. DE HILLO. S.C.		HERMOSILLO	SONORA	LUIS ENCINA	PRIVADO.	SALUD.	CLINICA.
10. ASISTENCIA MEDICA CONTRA LA ADICCION S. DE R.L. DE C.V.		HERMOSILLO	SONORA	SAN BENITO	PARTICULAR	SALUD.	CLINICA.
11. ASISTENCIA MEDICA CONTRA LA ADICCION S. DE R.L. DE C.V.	DR. JAVIER BAIDON ROMANO	HERMOSILLO	SONORA	COL. CENTRIC	PRIVADO.	SALUD.	CLINICA.
12. ASISTENCIA MEDICA CONTRA LA ADICCION S. DE R.L. DE C.V.		HERMOSILLO	SONORA	ESQ. CON REI	PARTICULAR	SALUD.	CLINICA.
13. ASISTENCIA MEDICA CONTRA LA ADICCION S. DE R.L. DE C.V.		NOGALES	SONORA	COL. CENTRIC	PRIVADO.	SALUD.	CLINICA.
14. ASISTENCIA MEDICA CONTRA LA ADICCION S. DE R.L. DE C.V.	MARIA LOURDES SOTO HERNANDEZ	SONORA			p	Salud	Clinica
15. ASISTENCIA MEDICA CONTRA LA ADICCION S. DE R.L. DE C.V.	DR. SERGIO E. ARVIZU HUERTA	SONORA			p	Salud	Clinica
16. ASISTENCIA MEDICA CONTRA LA ADICCION S. DE R.L. DE C.V.	DR. SAUL KRAMER RODRIGUEZ	SONORA			p	Salud	Clinica
17. CLINICA DE ESPECIALIDADES DE CABORCA S.C.		SONORA			p	Salud	Clinica
18. CLINICA HOSPITAL SAN JOSE DE NAVOJOA, S.A. DE C.V.		SONORA			p	Salud	Clinica

Figura 4.6. 2 Captura de pantalla del orden que establecí para sus clientes.

4.7 Resultados

A continuación mostraré los resultados obtenidos en cada uno de los proyectos que lleve a cabo en MONTESION, los ordenaré en el mismo orden que los expliqué.

Proceso de inducción

- Página de prueba terminada en su totalidad
- Comprensión del CMS Joomla
- Comprensión de la metodología de trabajo de KM Solución

MONTESION

- Re-estructuración y anexo de contenidos de la página web en sus dos versiones, inglés y español.

- Finalización de la campaña principal de banners satisfactoriamente para clientes antiguos.
- Reinicio de la campaña para nuevos contactos exitosamente.
- Elaboración de una bitácora y plantillas para reportes de indicadores.

Rosarito

- Finalización del proceso de capacitación al empleado de Rosarito.
- Creación de bases de datos organizadas por sucursal.
- Migración de la base de datos de servidor local a servidor remoto.
- Elaboración de un mejor ordenamiento de la campaña usando Dropbox al culminar las tareas.

Trabis

- Creación de estructura de la página web.
- Creación e implementación de las principales pantallas de la página.

MDE-I

- Llevé a cabo una inspección exitosamente con entrevistas y fotos a la empresa.
- Creación de la estructura de la nueva página web.
- Finalización de la campaña de banners.
- Avance de hasta un 60% del desarrollo web en Joomla.

Comercial química

- Se terminó campaña de banners junto con sus reportes de indicadores.

5. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA ADQUIRIDA

5.1 Análisis general del programa, su diseño, desarrollo y organización

El programa está diseñado para trabajar, no es un plan de prácticas donde todo lo visto se queda solo para la empresa. KM Solución cree que la mejor forma de preparar a alguien que va encaminado al entorno laboral, es en el entorno mismo.

En KM Solución enseñan que es lo que se hará y como se hará, muestra de manera guiada como aplicar lo aprendido sobre e-marketing real en la escuela en proyectos que se utilizaran de manera real, con resultados y objetivos claros. Consideran que el programa para practicantes es benéfico para ambos ya que el practicante podrá aprender lo necesario para desempeñarse en cualquier otro lado y ellos obtienen ideas frescas de los recién egresados, quienes tienen una metodología de trabajo muy similar a la que ellos han estado siguiendo desde sus inicios.

El desarrollo del trabajo parte desde un marco teórico, se analiza el proyecto en el cual se va a trabajar, se hacen borradores y luego se procede a plasmar los bosquejos en la construcción del trabajo final. Cuando las revisiones fueron todas correctas se da un acabado final y se envía el trabajo al cliente para que el haga las correcciones necesarias, y de serlo así, se corrige y se regresa hasta que queda el trabajo final de manera satisfactoria.

En KM Solución se cree que la mejor manera de trabajar es seguir esos pasos acompañados de una constante retroalimentación, tanto del cliente como de los trabajadores.

Su forma de trabajar es simple pero clara, manejan dicha simplicidad como un factor que conduce a la perfección mediante el seguimiento de pasos y revisiones ante cada avance, tal como ya se mencionó.

Para poder llevar a cabo todos los procesos cuentan con una buena estructura de trabajadores donde es fácil tener contacto con cualquier departamento para un desarrollo más íntegro de todas sus actividades.

Todo esto hace de manera agradable y útil el comenzar a trabajar con ellos, pues demuestran desde que se comienza una integridad tanto en objetivos como en recursos.

5.2 Análisis de los objetivos del programa: grado de consecución

De manera general los objetivos del programa de practicantes es simple, preparar al practicante para el entorno laboral actual. La mejor manera de hacer es darle proyectos que las mismas empresas solicitan y necesitan.

KM Solución logró un equilibrio de trabajadores donde se cuenta con practicantes y personal con experiencia para lograr los objetivos mismos. Dichos objetivos son en tiempo real, es decir son los proyectos que tienen en ese momento.

Los objetivos base de KM Solución respecto a los practicantes son 3:

- a) Inducción
- b) Trabajo en proyectos reales de e-marketing
- c) Capacitación de nuevos practicantes.

El primero punto, inducción, siempre es el mismo, pero tanto b y c pueden alternar según las necesidades del proyecto

- a) Objetivo 1: Inducción

Se lleva a cabo de manera correcta y clara la inducción del practicante a los trabajos que la empresa lleva a cabo, se enseña en qué consistirán dichas labores y como realizar las actividades.

Los practicantes son inducidos tanto por practicantes que están por cumplir su tiempo ahí, así como por empleados internos de KM Solución.

b) Objetivo 2: Trabajo en proyectos reales de e-marketing

Al practicante se le dan trabajos reales de empresas que buscan los servicios de ellos. Durante todo el tiempo el practicante tiene asesores, que le ayudarán en el proyecto pero luego de la inducción, se le da cierta libertad al practicante de desempeñarse por su cuenta, claro, apegándose a los requerimientos y forma de trabajar de la empresa.

Aquí el practicante aprende a llevar un proyecto por su cuenta y a cumplir objetivos de acuerdo a los parámetros solicitados por los clientes.

c) Capacitación de nuevos practicantes

Habitualmente se espera que los practicantes no culminen su última tarea, no porque no se crean capaces, sino porque la empresa nunca se detiene, es decir, apenas se termina un proyecto ya se tiene la siguiente propuesta para comenzar a trabajar.

Por estos motivos los mismos practicantes sirven de guías y maestros para los nuevos practicantes que llegan. Se les enseña cómo han de trabajar además de los lineamientos del proyecto con el que van a trabajar.

Se les ofrece el último proyecto del practicante guía para que pueda terminarlo el nuevo practicante una vez que se retira el anterior, de esta manera en cuanto

termina la inducción que se llevó a cabo con un proyecto real, el practicante ya está listo para seguir con otra tarea por su cuenta.

5.3 Análisis de las actividades realizadas

Cada actividad realizada era similar a la otra básicamente, esto es porque el giro de la empresa es ofrecer a sus clientes una campaña de e-marketing.

Las actividades que realicé fueron todas muy similares, algunas con más opciones que otras pero en esencia eran las mismas.

a) Proceso de inducción

En esta etapa del proyecto aprendí como es que se mueve y trabaja el e-marketing desde el punto de vista del desarrollador de e-marketing. Comprendí como el trabajo no se limita a un solo lenguaje de programación sino que siempre se puede aprender uno nuevo.

b) MONTESION

Aprendí con este proyecto como es que no solo una empresa que comercializa con productos puede contar con su campaña de e-marketing. Las empresas de servicios necesitan también de cierta publicidad.

Se aprende como algo tan simple como el diseño de una página web puede ser un potencial generador de clientes en cualquier rubro.

c) Rosarito

Aunque lo aprendido es similar a lo de MONTESION, se puede comprender de este proyecto lo importante que llega a ser una base de datos remota en comparación a una local

Como se pueden tener beneficios al exportar las cosas a un servidor en línea de manera que siempre se pueda tener acceso a las base de datos en cualquier punto donde se cuente con internet.

d) Trabis

En este proyecto se aprende como lo básico siempre es importante, pude comprender lo importante que es el diseño de una página web cuando no se tiene una y como se tiene más presión en que quede bien.

En los proyectos anteriores a Trabis se manejaron páginas webs ya existentes, esto me permitió tener de donde partir además de saber que errores habían tenido. Pero en el caso de Trabis se tenía que trabajar sobre una página completamente nueva, es decir, había que prever futuros errores buscando evitarlos, pensar en todo lo que podía fallar y como evitarlos antes de que ocurran sin tener que acudir a un plan de contingencia.

e) MDE-I

A diferencia de MONTESION, se recurrió a una visita y me percaté de lo importante que llega a ser cada objeto en las instalaciones.

En este segundo proyecto con *Joomla* me di cuenta de que no se deben subestimar ningún tipo de CMS, si bien es importante saber hacer el código desde 0 hay CMS que son asombrosos de modo que podemos ayudarnos de ellos, pues aunque parezca algo sencillo, no solo se trata de editar contenido sino saber que parte del código es en la que se está trabajando, de esta manera se le puede sacar más provecho a algo previamente diseñado.

f) Comercial química

En este último proyecto realicé tareas que ya había hecho con los proyectos anteriores como lo eran la publicidad vía banners y realizar reportes, en un comienzo parecía que solo llevaría tareas ya conocidas, pero tras analizar sus bases de datos me di cuenta que no había un orden en ellas.

Pude darme cuenta de que se podía agilizar la base de datos si se segmentaba, así que luego de dar la sugerencia y aplicarla pude darme cuenta que aunque parecen ser pequeños detalles siempre se puede optimizar un trabajo ya funcional.

5.4 Análisis de la metodología utilizada

En toda la empresa aplicaban la misma metodología para cada trabajo, pude darme cuenta de lo importante que es tener una buena estructura de trabajo.

KM Solución parte de una idea básica, y es hacer crecer las empresas con una adecuada aplicación de e-marketing, pero no es tan simple, tras usar una metodología bien estructurada pueden asegurar a sus clientes altos beneficios por aceptar sus servicios.

KM Solución lleva trabajos básicos pero con un orden tal que parecieran ser más complejos, los resultados hablan por sí mismos al llegar a ser óptimos y cumplir con las expectativas.

El ritmo de trabajo de ellos siempre es constante y sigue ciertos pasos en determinado orden, esto hace que de cierta manera busquen alcanzar la perfección, estando cada vez más cerca al pulir cada vez más su forma de trabajo.

5.4 Análisis personal: FODA

Decidí agregar este apartado puesto que hay varias cosas que pude darme cuenta de mi persona, si bien hago hincapié en lo que he aprendido, me permití analizarme a fondo de manera que pude detectar puntos débiles y fuertes, lo que es un gran paso pues me permite seguir mejorando más allá del conocimiento técnico y universitario que pude adquirir, y de esta manera abrimme paso ante el mundo laboral sin temor de saber qué es lo que se encuentra en él, algo importante que no se puede aprender en la escuela.

Este análisis FODA es como resultado de lo adquirido, lo que pude apreciar y percibir en base al trabajo hecho en KM Solución, también se trata de cómo puedo aprovechar el entorno para así aplicar mis habilidades de manera que yo como profesional pueda obtener resultados satisfactorios.

Fortalezas

- Cuento con experiencia con clientes reales.
- He mejorado mi trato hacia los clientes tras haber obtenido mayor confianza en mis habilidades técnicas y personales.
- Mejor conocimiento de programación web y bases de datos en base al reforzamiento por las prácticas profesionales.
- Conocimiento sobre cómo usar las herramientas web para aplicar un correcto e-marketing en las empresas.
- Seguimiento de reglas y reconocimiento de la importancia de las mismas.
- Correcta exposición de ideas y planes para clientes al ofrecer mis servicios a ellos.
- Conocimientos sobre B2B, B2G y B2C [3].
- Capacidad de aprender lo que sea necesario de manera autodidacta.
- Buena interpretación y adaptación a cualquier lenguaje de programación sin importar la experiencia en el.

Oportunidades

- Hay pocas empresas dedicadas de manera seria al e-marketing de manera externa para otras empresas.
- Una gran gama de conocimiento libre en internet y otros medios de manera que puedo acceder a conocimiento nuevo en cada momento según lo que necesite.
- Constante evolución y mejora de las TI de manera que con el punto anterior mis servicios pueden estar vigentes en cualquier etapa de mi vida laboral.

- El constante crecimiento y necesidad de las pequeñas empresas a través de e-marketing.

Debilidades

- Aunque he mejorado mi trato al cliente, aun necesito experiencia con los diferentes tipos de personas que puedo llegar a conocer cuando ofrezca mi servicio.
- Falta de perfeccionamiento de mis habilidades con CMS por falta de experiencia previa.
- Falta de conocimientos sobre administración.
- No cuento tampoco con conocimientos sobre diseño gráfico a manera de no depender de un diseñador.
- Poca experiencia con herramientas para correos masivos.
- Habilidades sociales con compañeros de trabajo pues prefiero, de cierta manera, el trabajar en proyectos de manera individual y no en equipo.

Amenazas

- Bastante competencia laboral que presta sus servicios de manera barata aunque de dudosa calidad, desgraciadamente el cliente prefiere ahorrar en lo económico.
- A veces las empresas tienen cierta necesidad para cambiar sus sistemas por lo que deberé adaptarme a las condiciones que ellos plantean.
- Trato indirecto con dueños, a veces habrá que tratar con personas, que solo saben poco de la situación de la empresa lo que hará que el resultado tenga varias cosas que tal vez pase varios filtros antes de ser óptimos.
- La constante evolución de los dispositivos electrónicos puede hacer que sin saber cierta metodología se vuelva rustica en poco tiempo.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Haber llevado a cabo mis prácticas en KM Solución me ayudo a ver las cosas desde una perspectiva que hasta el momento no me había sido posible, pude estar directamente relacionado con la manera en que se hacen los negocios en el mundo real, esto me permitió abrir mi mente a algo que hasta el momento no había podido comprender del todo, después de todo, no se compara en nada el mundo real a lo que se ve en la Universidad de manera superficial. Pude aprender a detectar problemas que incluso las empresas a veces no se dan cuenta que tienen, y una vez identificado poder encontrar la mejor solución a ciertos problemas. También pude utilizar y desarrollar mis conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, y pulir mis habilidades y aptitudes.

Aprendí sobre cómo trabajan las empresas en mi localidad y como es importante el tener en el equipo a alguien especializado en Sistemas de Información. Me enriqueció en lo profesional, pero sobre todo, en lo personal el haber llevado a cabo mis prácticas profesionales en KM Solución.

KM Solución es una empresa que se está abriendo paso en el sector informático en la ciudad, es una empresa relativamente joven que está innovándose de manera constante y se está adaptando a las tendencias del mercado actual.

El presente trabajo ilustra de manera muy completa lo que acabo de concluir, se puede ver la transparencia y orden con el que ejecutan todo su trabajo. Creo que es una empresa que sigue casi al pie de la letra el manual que buscan crear las universidades, toman lo bueno y adaptan e innovan lo que requiere modificaciones.

Algunas recomendaciones que haría para la empresa es que su crecimiento fuera más acelerado, tal como he mencionado varias veces, KM Solución es una empresa en crecimiento y el servicio de prácticas profesionales con el que cuenta

desempeña tareas muy importantes, siento que el peso sobre esas prácticas es bastante responsabilidad compartida.

Si segmentaran un poco mejor de manera que tuvieran más empleados bases podrían ser más eficiente y reducir los tiempos de trabajos puesto que no dependerían de los nuevos integrantes, hay que recordar que cada vez que se integra un nuevo miembro hay que capacitarlo.

7. BIBLIOGRAFÍA

[1]<http://es.wikipedia.org/wiki/PHP>

[2]<http://es.wikipedia.org/wiki/FileZilla>

[3] <http://es.wikipedia.org/wiki/Business-to-business>

[4] http://es.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics

[5]<http://es.wikipedia.org/wiki/Skype>

[6]http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_web

[7]<http://es.wikipedia.org/wiki/Joomla!>

[8]<http://es.wikipedia.org/wiki/Drupal>

[9] www.internet-marketing.es/que-es-internet-marketing.html

[10]http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop

[11]<http://www.crmconosur.com/tactical/>

[12] <http://es.wikipedia.org/wiki/MySQL>

[13]<http://www.tecnologiapyme.com/servicios-web/mailchimp-el-mono-cartero-para-profesionales>

[14] <http://balsamiq.com/products/mockups/>

[15] <http://wsiemkt.wordpress.com/2010/07/15/%C2%BFque-es-constant-contact/>

[16] <https://trello.com/>

7. Anexos

Datos personales del alumno

Apellidos:	Macías Salido	Exp:	209206215
Nombre(s):	Luis Ángel		
Dirección:		CP:	
Ciudad:	Hermosillo	Estado:	Sonora
Cel:	6622041121		
e-mail:	msluisangel@gmail.com		

Horario de prácticas profesionales:

Días semanales: Lunes a Sábado

Inicio de las prácticas: 27/01/2014

Fin de las prácticas: 10/04/2014

Horario diario: 9 a 3 y 9 a 1

Total de días: 60

Total de horas: 450