

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECÓNICAS  
SECCIÓN MERCADEO INTERNACIONAL**



**INFORME FINAL DE PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

IT Consultoría S.A de C.V

**TITULO DEL INFORME FINAL**

Apoyo en el área de Marketing para la creación de estrategias digitales con el fin de mejorar la visibilidad y la presencia de IT Consultoría S.A de C.V en el mercado.

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE:**

Licenciatura en Mercadeo Internacional

**PRESENTADO POR:**

Molina Granados, Rafael Alexander N° CARNÉT MG16045

**DOCENTE ASESOR:**

Mba. Linda Marianita Acosta Cortez

SEPTIEMBRE 18 DEL 2023

**SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
AUTORIDADES**



**RECTOR:**

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

**VICERRECTOR ACADÉMICO:**

DR. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:**

ING. JUAN ROSA QUINTANILLA

**SECRETARIO GENERAL:**

MSC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

**FISCAL GENERAL:**

LICDO. RAFAEL HUMBERTO PEÑA MARÍN

**DEFENSOR DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS:**

LICDO. LUIS ANTONIO MEJÍA LIPE

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**



**DECANO**

LICDO. CRISTÓBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ

**VICE-DECANO**

LICDO. OSCAR VILLALOBOS

**SECRETARIO INTERINO**

LICDO. ISRAEL LÓPEZ MIRANDA

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

LICDO. RAÚL ANTONIO QUINTANILLA PALACIOS

**COORDINADORA DE SECCIÓN DE MERCADEO INTERNACIONAL**

LICDA. LISSETH NOHEMY SALEH BLANCO

**COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADO**

MBA. LINDA MARIANITA ACOSTA CORTEZ

**DOCENTE ASESOR:**

MBA. LINDA MARIANITA ACOSTA CORTEZ

**TRIBUNAL EVALUADOR**



**LICDA. FLOR MARISELA RODRÍGUEZ CLAROS  
PRESIDENTE**

**LIC. RENÉ EDUARDO VÁSQUEZ CAMPOS  
SECRETARIO**

**MBA. LINDA MARIANITA ACOSTA CORTEZ  
VOCAL**

## TABLA DE CONTENIDO

### Tabla de contenido

<b>RESUMEN</b> .....	<b>i</b>
<b>SUMMARIES</b> .....	<b>ii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>iii</b>
<b>I. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1. Generalidades de la empresa</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.1. Antecedentes</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.2. Filosofía empresarial</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.3. Organigrama organizacional</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1.3.1. Funciones por áreas</b> .....	<b>4</b>
<b>1.1.4. Ubicación geográfica</b> .....	<b>4</b>
<b>1.1.5. Recursos</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1.5.1. Recursos humanos</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1.5.2. Instalaciones, equipos y tecnología</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2. Actividades actuales</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2.1. Principales servicios</b> .....	<b>5</b>
<b>I. METODOLOGÍA</b> .....	<b>7</b>
<b>II. RESULTADOS</b> .....	<b>9</b>
<b>III. CONCLUSIONES</b> .....	<b>10</b>
<b>IV. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>11</b>
<b>V. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>12</b>
<b>VI. VISTO BUENO DE TUTOR EMPRESARIAL</b> .....	<b>13</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>14</b>

## **LISTA DE TABLAS**

Tabla 1 Resultados: Conocimientos, Habilidades Y Destreza .....	9
---	---

## LISTA DE FIGURAS

1Organigrama Organizacional.....	2
2Funciones por Áreas .....	4

## LISTA DE ANEXOS

1 Bitácoras de asistencia .....	14
2 Reuniones de trabajo .....	21
3 Uso de herramientas digitales para la creación de contenidos .....	21

## **SIGLAS Y ABREVIATURAS**

**S.A de C.V:** Sociedad Anónima de Capital Variable

**SEM:** Marketing de motores de búsqueda

**SEO:** Optimización de motores de búsqueda

**TI:** Tecnología de la información

**IoT:** internet de todas las cosas

## RESUMEN

Durante seis meses se desarrolló la pasantía de práctica profesional en el periodo de 1 de marzo hasta el 14 de septiembre, el enfoque se ejecutó en dos áreas fundamentales: la investigación digital y la creación de contenido. Que permitieron el desarrollo de habilidades y destrezas en el ámbito del marketing digital que fortalecieron los conocimientos en el área. Como resultado de la investigación digital se exploraron las tendencias digitales, para contar con información que permita el desarrollo de estrategias y toma de decisiones empresariales, a través de la recopilación y el análisis de datos provenientes de diversas fuentes en internet. Esto incluyó la búsqueda de información relevante en bases de datos, sitios web especializados y redes sociales.

Las prácticas profesionales permiten un acercamiento real con el campo laboral y muestra los principales conocimientos en la creación y ejecución de estrategias de marketing digital e investigaciones de mercado para planificar las campañas, marketing de contenidos y la gestión de redes sociales, así como trabajar en equipo y la importancia de la ética y la experiencia práctica para mejorar habilidades. La pasantía represento una valiosa oportunidad de crecimiento y aprendizaje en el ámbito de la investigación digital y la creación de contenido.

En el presente Informe se abordará generalidades IT Consultoría S.A de C.V, metodología, resultados, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos cuyo objetivo final de esta pasantía es crear estrategias de marketing digitales, que permitan a la empresa IT Consultoría S.A de C.V., mejorar sus resultados y posicionarse mejor en el mercado.

### **Palabras claves**

Desarrollo de habilidades y destrezas en el ámbito del marketing digital que fortalecieron los conocimientos en el área

Principales conocimientos en la creación y ejecución de estrategias de marketing digital e investigaciones de mercado

## SUMMARIES

For six months, the professional practice internship was developed in the period from March 1 to September 14, the focus was carried out in two fundamental areas: digital research and content creation. That allowed the development of skills and abilities in the field of digital marketing that strengthened knowledge in the area. As a result of digital research, digital trends were explored, to have information that allows the development of strategies and business decision-making, through the collection and analysis of data from various sources on the Internet. This included the search for relevant information in databases, specialized websites and social networks.

Professional practices allow a real approach to the labor field and show the main knowledge in the creation and execution of digital marketing strategies and market research to plan campaigns, content marketing and social media management, as well as teamwork and the importance of ethics and practical experience to improve skills. The internship represents a valuable opportunity for growth and learning in the field of digital research and content creation.

This Report will address generalities IT Consultoría S.A de C.V., methodology, results, conclusions, recommendations, bibliography and annexes whose final objective of this internship is to create digital marketing strategies, which allow the company IT Consultoría S.A de C.V., to improve its results and position itself better in the market.

### **Keywords**

Development of skills and abilities in the field of digital marketing that strengthened knowledge in the area

Main knowledge in the creation and execution of digital marketing strategies and market research

## INTRODUCCIÓN

El informe presenta en detalle las actividades realizadas durante 6 meses de realización y ejecución de la pasantía de práctica profesional en la empresa IT Consultoría SA de SV. Durante el primer periodo comprendido del 1 de marzo al 30 de abril el enfoque se basó en la investigación del mercado digital y a los competidores para identificar oportunidades y nuevas tendencias. Esto incluyó el análisis de tendencias tecnológicas y digitales emergentes para mantenerse al día con las últimas novedades.

En el segundo periodo del 1 de mayo al 30 de junio, se cumplieron las actividades relacionadas con diseñar y desarrollar contenido digital para promover los servicios de la empresa. Se crearon contenidos atractivos y se optimizaron para aumentar el tráfico web. Además, se analizaron los resultados y se ajustaron las estrategias según fuera necesario.

En el tercer periodo del julio al 31 de agosto, el principal objetivo fue diseñar las marcas para los proyectos de la empresa. Se crearon conceptos de marca exitosos y se desarrollaron contenidos y campañas publicitarias para promocionar los servicios de la empresa. En la actualidad, la visibilidad y la presencia en línea son cruciales para el éxito empresarial en un mercado altamente competitivo. Por lo tanto, el diseño de marcas para proyectos se ha convertido en una tarea multidimensional que requiere una comprensión profunda del proyecto y su audiencia, así como habilidades creativas y técnicas para crear una identidad visual efectiva. Este proceso desempeña un papel esencial en la promoción de la empresa y su interacción con la audiencia en el entorno digital, la combinación de estrategias digitales efectivas y un sólido diseño de marcas es esencial para sobresalir en el mercado actual.

Finalmente se lograron cumplir con los objetivos de la presente pasantía culminando cada una de las actividades propuestas por parte de la institución, también las propuestas de mejoras para el óptimo funcionamiento empresarial

## I. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

### 1.1. Generalidades de la empresa

#### 1.1.1. Antecedentes

Es una empresa dedicada a soluciones tecnológicas, desarrollo de páginas web, sistemas, aplicaciones móviles y marketing digital. El objetivo de IT Consultoría S.A de C.V es ofrecer el mejor servicio a los clientes, ayudándoles a alcanzar sus objetivos comerciales a través de la tecnología. La empresa cuenta con un equipo profesional, especialistas en las áreas tecnología y marketing Digital, tales como: desarrolladores, diseñadores gráficos, programadores, expertos en marketing digital y publicidad en línea, y todos ellos trabajan para ofrecer un servicio de calidad. Además, existe el compromiso de la empresa de mantenerse actualizada con las últimas tendencias tecnológicas. Esto permite proporcionar soluciones flexibles y adaptadas a las necesidades de los clientes, Asimismo ofrece soporte técnico, asesoramiento y capacitación para garantizar el éxito de las propuestas a soluciones en base a los requerimientos de los clientes con los más altos estándares de calidad.

#### 1.1.2. Filosofía empresarial

El marco en el cual basa su filosofía IT Consultoría S.A de C.V es el siguiente:

- ✓ **Misión:** Ofrecer soluciones tecnológicas innovadoras y personalizadas que ayuden a nuestros clientes a mejorar su presencia en línea y a alcanzar sus objetivos comerciales.
- ✓ **Visión:** Ser reconocidos como una empresa líder en el desarrollo de páginas web, sistemas informáticos, aplicaciones móviles y marketing digital, brindando soluciones efectivas y un servicio excepcional a cada uno de nuestros clientes.
- ✓ **Valores:** Innovación, eficiencia, integridad, colaboración, satisfacción del cliente.
- ✓ **Fines:** Ayudar a nuestros clientes a maximizar su presencia en línea y a

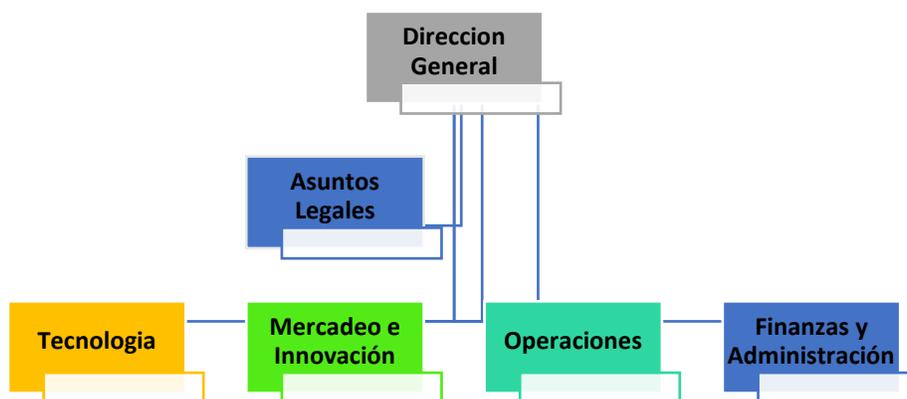
alcanzar sus objetivos comerciales mediante la oferta de soluciones tecnológicas personalizadas y efectivas.

✓ **Objetivos:**

- Desarrollar páginas web, sistemas informáticos, aplicaciones móviles y estrategias de marketing digital innovadoras y adaptadas a las necesidades de cada cliente.
- Proporcionar un servicio excepcional y una atención personalizada a todos nuestros clientes.
- Mantener un equipo altamente capacitado y comprometido con la excelencia.
- Expandir nuestra presencia en el mercado y aumentar la base de clientes satisfechos.
- Continuar innovando y mejorando nuestras soluciones tecnológicas para mantenernos a la vanguardia del mercado.

### 1.1.3. Organigrama organizacional

La empresa IT consultoría S.A de C.V presenta la siguiente estructura organizativa mostrando las áreas o departamentos siguientes:



- **Dirección General:** responsable de la gestión general y la toma de decisiones estratégicas de la organización. La directora lidera y coordina a los demás departamentos para alcanzar los objetivos y la visión IT Consultoría.
- **Asuntos Legales:** se encarga de gestionar todos los asuntos legales de la organización. Esto incluye el cumplimiento de las leyes y regulaciones, la redacción y revisión de contratos, la representación legal de la empresa en litigios y la gestión de riesgos legales.
- **Tecnología:** se enfoca en todas las necesidades relacionadas con la tecnología de la información (TI) y la infraestructura tecnológica de la empresa. Esto abarca desde la gestión de redes y sistemas hasta el desarrollo de software y la seguridad cibernética.
- **Mercadeo e Innovación:** realiza las estrategias de marketing de la empresa, incluyendo la promoción de productos o servicios, la investigación de mercado y la gestión de la marca. También puede estar involucrado en la búsqueda de oportunidades de innovación para mejorar los productos o procesos de la organización.
- **Operaciones:** son responsables de la gestión de los procesos internos de la empresa para garantizar la eficiencia en la producción y entrega de productos o servicios. Esto puede incluir la gestión de la cadena de suministro, la producción, la logística y la calidad.
- **Finanzas:** se encarga de la gestión de los recursos financieros de la empresa, incluyendo la contabilidad, las inversiones, la planificación financiera y el control de costos. También puede estar a cargo de la elaboración de informes financieros y la presentación de presupuestos.
- **Administración:** administración general de la empresa, incluyendo la gestión de recursos humanos, la gestión de instalaciones, la gestión de proyectos y la coordinación de actividades administrativas en toda la organización.

### 1.1.3.1. Funciones por áreas.



#### Dirección General

- Diseño y ejecución de la estrategia, misión y visión de la empresa.
- Resolución definitiva de suspensión de proveedores y clientes.
- Análisis de reportes financieros y contables.
- Análisis de reportes de departamentos
- Resolución de compra de bienes y servicios.
- Firma de contratos.
- Autorización definitiva de ingreso de nuevos proveedores.
- Representación legal de la empresa.
- Cualquier decisión no contemplada en las anteriores funciones.



#### Finanzas y Administración

- Control y seguimiento de Flujo de Efectivo.
- Negociaciones de tasas y rendimientos bancarios.
- Pago de empleados proveedores, impuestos y ganancias.
- Presupuesto.
- Contabilidad: estados financieros registros contables, etc.
- Compra de bienes y servicios operativos.
- Archivo físico y digital de la empresa.



#### Mercadeo e Innovación

- Análisis, propuesta y ejecución de campañas publicitarias.
- Comunicación empresarial.
- Auditoría de campaña.
- Diseño, propuesta y ejecución del manual de marca.
- Análisis del Mercado y mejora constante de servicios.
- Manejo de crisis.
- Social media.
- Servicio al cliente.
- Reporte de medición de satisfacción del cliente (percepción y crecimiento de imagen).



#### Asuntos Legales

- Servicios permanentes de asesoría y asuntos jurídicos de la empresa.
- Representación en litigios.
- Legalización de propiedad intelectual de la empresa.
- Auditoría permanente de procedimientos.



#### Tecnología

- Recepción de reportes de fallas de aplicación y página web.
- Monitoreo y soporte técnico de aplicación y página web.
- Análisis y reporte de necesidades y desuso de tecnología.
- Monitoreo y reporte de innovación tecnológica.
- Análisis, monitoreo y reporte de proveedores tecnológicos permanentes.
- Ejecución de suspensión provisional o permanente de proveedores o clientes.



#### Operaciones

- Procedimiento y reporte de aplicación y requisitos de proveedores (1).
- Recursos humanos: Autorización provisional de proveedor de servicios.
- Procedimiento de reporte de trámite de quejas o sugerencias de proveedores y clientes.
- Monitoreo y actualización de requisitos periódicamente a los proveedores.
- Procedimiento de reporte y de suspensión provisional de proveedores y clientes.
- Manejo y evaluación del clima laboral.
- Canales de comunicación.

*2Funciones por Áreas*

### 1.1.4. Ubicación geográfica.

La empresa se encuentra ubicada en la Avenida La carreta, Bulevar Merliot #9, Ciudad Merliot, Santa Tecla La Libertad.

### **1.1.5. Recursos**

#### **1.1.5.1. Recursos humanos**

La empresa cuenta con el siguiente recurso humano:

- Gerentes y contadores para gestionar las operaciones comerciales.
- Personal técnico: Ingenieros de sistemas informáticos, diseñadores web, administradores de sistemas, expertos en seguridad informática para el desarrollo y mantenimiento de soluciones tecnológicas.
- Personal de ventas y marketing: encargados de promocionar los servicios tecnológicos y mantener las relaciones con los clientes actuales y potenciales.
- Personal encargado para darles soporte técnico o asistencia a los clientes en caso de que el cliente lo requiera.

#### **1.1.5.2. Instalaciones, equipos y tecnología.**

IT consultoría cuenta con una oficina, computadoras, servidores, software, licencias, equipos de red, dispositivos móviles y pruebas de compatibilidad.

### **1.2. Actividades actuales**

#### **1.2.1. Principales servicios**

IT consultoría S.A de C.V ha centrado su actividad principal en la prestación de servicios informáticos desde el mismo momento de su fundación, su enfoque es en el campo de la tecnología de la información y ha orientado sus esfuerzos hacia la oferta de servicios relacionados con la informática y la tecnología.

Entre los que cabe destacar los siguientes:

- **Consultoría Tecnológica:** ofrece los servicios de identificación de las necesidades tecnológicas y a diseñar soluciones a medida para mejorar la eficiencia y la competitividad.
- **Desarrollo de Software:** Creación de aplicaciones y software personalizado para satisfacer las necesidades específicas de una empresa. Esto puede incluir aplicaciones web, móviles o de escritorio.
- **Gestión de Proyectos TI:** Coordinar y gestionar proyectos de TI desde la concepción hasta la implementación, asegurando que se cumplan los plazos y los presupuestos.
- **Infraestructura de TI:** Diseñar, implementar y mantener la infraestructura de tecnología de la información de una empresa, incluyendo servidores, redes, almacenamiento y sistemas de seguridad.
- **Seguridad Informática:** Proteger los sistemas y datos de una empresa contra amenazas cibernéticas mediante la implementación de medidas de seguridad, como firewalls, sistemas de detección de intrusiones y cifrado.
- **Soporte Técnico:** Proporcionar asistencia técnica y resolución de problemas para los usuarios finales de una empresa, ya sea de forma remota o in situ.
- **Virtualización y Cloud Computing:** Ayudar a las empresas a migrar a entornos de nube y a utilizar la virtualización para optimizar recursos y reducir costos.
- **Gestión de Datos:** Ayudar en la gestión, análisis y almacenamiento de datos para tomar decisiones informadas y estratégicas.
- **Desarrollo Web y Diseño:** Crear sitios web atractivos y funcionales, optimizados para SEO y dispositivos móviles.
- **Marketing Digital:** Ofrecer estrategias y servicios de marketing en línea, que pueden incluir SEO, SEM, marketing de contenidos, publicidad en redes sociales y análisis de datos.
- **Formación y Capacitación:** Proporcionar programas de capacitación en tecnología para empleados y usuarios finales.

- **Respaldo y Recuperación de Datos:** Implementar soluciones de respaldo y recuperación de datos para garantizar la continuidad del negocio en caso de fallos o desastres.
- **IoT (Internet de las cosas):** Ayudar a las empresas a aprovechar las ventajas de la conectividad y la automatización a través de dispositivos IoT.

## I. METODOLOGÍA

La metodología desarrollada durante la pasantía de práctica profesional en marketing digital fue diseñada para brindar la oportunidad de adquirir experiencia práctica y conocimientos relevantes en el campo del marketing digital.

A continuación, se detalla la forma de la metodología utilizada para el desempeño de la pasantía:

- Reuniones con los propietarios de la empresa para el desarrollo de las siguientes etapas:
  - **Selección y diseño de los objetivos:** se identificaron los principales objetivos para adquirir experiencia en estrategias de marketing digital y mejorar las habilidades de la publicidad online y aprender analizar las métricas.
  - **Planificación y Diseño de Actividades:** Desarrollo de un plan de trabajo detallado que incluía las actividades y proyectos específicos que se realizaron durante la pasantía, tales como publicidad en redes sociales, SEO (optimización de motores de búsqueda), email marketing, análisis de datos, etc. Se estableció un cronograma claro con fechas límite para cada actividad.
  - **Formación Inicial:** abarcaron los conceptos básicos del marketing digital, las herramientas utilizadas y los procedimientos internos de la empresa u organización.

- **Supervisión y Mentoría:** Asignación de mentor o supervisor que guio el desarrollo de la pasantía con el cual se programaron reuniones regulares para revisar el progreso, proporcionar retroalimentación y responder preguntas.
- **Participación en proyectos de la empresa:** se trabajó en proyectos y tareas en marketing digital como la creación de contenido publicitario e investigación de palabras claves o la optimización de sitios web.
- **Aprendizaje:** Se proporcionaron accesos a recursos como herramientas digitales para mejorar las habilidades y conocimientos en el área digital.
- **Evaluación de Desempeño:** se realizaron evaluaciones periódicas del desempeño, basadas en las metas y objetivos establecidos al principio de la pasantía.
- **Presentación de Informes y Documentación:** se documentaron las actividades y proyectos, incluyendo los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas.
- **Retroalimentación y Evaluación Final:** Realizó una evaluación final de la pasantía, donde se discutió el progreso y el logro de los objetivos.
- Investigaciones de campo: se visitaron establecimientos que ofrecen los mismos servicios de la empresa para realizar un análisis de las ventajas competitivas de la empresa en el mercado.
- Investigaciones digitales: se investigó a la competencia que mantiene presencia online para conocer los activos digitales con los que cuenta y analizar las propuestas de valor y servicios ofrecidos en el mercado.

## II. RESULTADOS

Los principales conocimientos adquiridos durante la mi pasantía de práctica profesional en la empresa IT Consultoría S.A de C.V, que abarcó desde 1 de marzo al 14 de septiembre fueron los siguientes:

Conocimientos	Habilidades	Destrezas
<p><b>Conocimiento en Marketing Digital:</b> Entender los conceptos básicos del marketing en línea, incluyendo SEO, SEM, marketing de contenidos, redes sociales y publicidad digital.</p> <p><b>Comprender el Comportamiento del Consumidor:</b> Aprender cómo los usuarios interactúan en línea y cómo influir en sus decisiones de compra.</p> <p><b>Analítica Web:</b> Familiarizarte con herramientas como Google Analytics para rastrear el tráfico, el comportamiento del usuario y las métricas clave.</p> <p>SEO (Optimización de Motores de Búsqueda): la importancia de las palabras clave.</p> <p>SEM (Marketing en Motores de Búsqueda): Comprender cómo funcionan las campañas de publicidad en motores de búsqueda.</p> <p><b>Marketing de Contenidos:</b> Saber cómo crear contenido relevante y de calidad, y cómo distribuirlo en línea para atraer y retener audiencia.</p> <p><b>Redes Sociales:</b> Conocimiento sobre cómo gestionar perfiles empresariales en redes sociales, desarrollar estrategias y medir su impacto.</p> <p><b>Estrategia de Marketing Digital:</b> Desarrollar habilidades para crear y ejecutar estrategias de marketing digital efectivas y medir su éxito.</p>	<p><b>Análisis de Datos:</b> Habilidad para interpretar métricas y datos de marketing digital y tomar decisiones basadas en ellos.</p> <p><b>Creatividad:</b> Generar ideas creativas para campañas y contenido que atraigan la atención de la audiencia.</p> <p><b>Escritura y Comunicación:</b> Habilidad para redactar contenido atractivo y comunicarse eficazmente en línea.</p> <p><b>Gestión de Proyectos:</b> Organizar y llevar a cabo proyectos de marketing digital, cumpliendo plazos y presupuestos.</p> <p><b>Resolución de Problemas:</b> Habilidad para identificar y abordar problemas técnicos y estratégicos en marketing digital.</p> <p><b>Uso de Herramientas de Marketing Digital:</b> Familiarizarte con diversas herramientas y software utilizados en marketing digital, como plataformas de gestión de redes sociales, herramientas de SEO y publicidad en línea.</p> <p><b>Manejo de software de edición gráfica:</b> conocimiento a utilizar programas populares de edición gráfica como Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, entre otros. Estos programas me permitieron editar y crear imágenes para las campañas publicitarias.</p>	<p><b>Optimización de Contenido:</b> Destreza en la optimización de contenido web y redes sociales para SEO y atractivo del usuario.</p> <p><b>Programación de Contenido:</b> Programar publicaciones y campañas en redes sociales y otras plataformas.</p> <p><b>Interacción en Redes Sociales:</b> Responder preguntas y participar en conversaciones en redes sociales para construir relaciones con la audiencia.</p> <p><b>Evaluación y Reporte:</b> Realizar análisis de datos y preparar informes de rendimiento de campañas y estrategias.</p> <p><b>Diseño de marca y posicionamiento:</b> aprendí a desarrollar estrategias para que la marca se destacara en el mercado y se quedara en la mente de los consumidores. Esto implicó identificar los valores y la propuesta de valor única de la marca y luego encontrar formas creativas de comunicar estos aspectos a través del diseño y la estrategia de marketing.</p>

Tabla 1 Resultados: Conocimientos, Habilidades Y Destreza

### III. CONCLUSIONES

- En el análisis del mercado se ha observado un crecimiento constante en el mercado en línea en los últimos años, lo que indica un amplio potencial para el marketing digital. Existe una creciente demanda de productos o servicios en línea debido a la digitalización de la sociedad y la pandemia, lo que crea oportunidades para llegar a nuevos clientes.
- En la competencia online, se han identificado varios competidores directos en el mercado digital que ofrecen productos o servicios similares. Algunos competidores están invirtiendo en publicidad en línea de manera efectiva, lo que les permite llegar a una audiencia más amplia.
- El estudio de mercado y la investigación de la competencia son pasos fundamentales para identificar oportunidades en el ámbito del marketing digital. Estos análisis proporcionan información valiosa para la toma de decisiones estratégicas.
- La implementación de estrategias de redes sociales es una parte esencial de cualquier plan de marketing digital. Promover el engagement de la marca a través de las redes sociales puede ayudar a IT Consultoría S.A de C.V a construir relaciones sólidas con sus clientes y aumentar su visibilidad en línea.
- El diseño de las marcas de la cartera de clientes de IT Consultoría S.A de C.V es esencial para lograr un posicionamiento sólido en el mercado. Una identidad de marca sólida y coherente puede diferenciar a la empresa de la competencia y aumentar su reconocimiento en el mercado.
- Las estrategias digitales también han llevado a una mayor atención en las redes sociales. La interacción con la audiencia en plataformas de redes sociales ha aumentado, lo que ha contribuido a una mayor conciencia de la marca. El público objetivo está más comprometido con el contenido compartido en las redes sociales, lo que puede resultar en un mayor alcance y participación.

#### IV. RECOMENDACIONES

- Ampliar más el segmento de mercado hacia la zona oriental, ya que la mayoría de los servicios son ofrecidos en la zona central del país.
- Diferenciación de la competencia a través de precios competitivos, servicios adicionales o propuestas de valor únicas.
- Crear contenido que sea informativo, útil y atractivo para la audiencia objetivo. Esto puede incluir artículos, videos, infografías, estudios de caso y más.
- Mantener la realización de investigaciones exhaustiva sobre la industria, el público objetivo y las tendencias actuales de diseño de marcas. Esto permitirá a la empresa tomar decisiones informadas.
- Continuar invirtiendo en la mejora de las estrategias digitales, ya que el entorno digital seguirá evolucionando. Mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías es esencial para el éxito a largo plazo.
- Realizar investigaciones de mercado de manera regular para identificar cambios en las preferencias de los clientes y las oportunidades emergentes en el marketing digital. Esto permitirá ajustar las estrategias de manera oportuna.
- Implementar un plan de acción concreto para las redes sociales, que incluya la creación de contenido relevante y de calidad, la interacción con los seguidores y la medición del rendimiento. Las redes sociales son un canal poderoso para conectar con la audiencia y deben ser gestionadas de manera profesional.

## V. BIBLIOGRAFÍA

- Collin, Simon, Mexico D.F. Marzo 2003, "E-Marketing Estrategias de mercadotecnia para promover su marca en internet". McGraw-Hill Interamericana editores, S.A. de C.V.
- Burgos, Daniel y de Leon, Luz, Aracava Madrid España, 2001, "Comercio Electronico, publicidad y marketing en internet". Serie McGraw-Hill de Management editors
- Catalano, Frank y Smith, Bub, España , 2001, "Marketing en Internet". Grupo Editorial Norma S.A.
- Soriano Soriano, Claudio L. 2003, "Internet: El Plan Estratégico", Editorial Díaz de Santos, S.A.
- Zanoni, Leadro, Buenos Aires 2008, "El Imperio Digital". Ediciones B, 2008. 1ra edición 2008 Dirección Editorial: Carolina Di Bella
- Maqueira, Juan Manuel y Bruque, Sebastian, 2008, "Marketing 2.0: El Nuevo Marketing En La Web De Las Redes Sociales". Ra-Ma Editorial
- Sivera, Silvia, 2008, "El Marketing Viral". Editorial UOC

**VI. VISTO BUENO DE TUTOR EMPRESARIAL**

<b>Nombre del tutor externo</b>	<b>Firma</b>	<b>Sello institucional</b>
Ingra. Rosalba Elizabeth Sandoval Guerra		

## ANEXOS

### 1 Bitácoras de asistencia



**IT Consultoría S.A de C.V.**  
**INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA Y PROFESIONALISMO**  
Av. de la Libertad, Barrio: Barrio #9, Ciudad de Mérida, Estado Yucatán, México

**BITÁCORA SEMANAL DE ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

Fecha	Hora de llegada	Hora de salida	Actividades Realizadas	Firma
01/03/23	8:00	12:00	Se realizó una búsqueda de palabras clave	[Firma]
02/03/23	8:00	12:00	Se realizó una búsqueda de palabras clave	[Firma]
03/03/23	8:00	12:00	Se realizó una búsqueda de palabras clave	[Firma]
04/03/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados de la búsqueda	[Firma]
05/03/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados de la búsqueda	[Firma]
06/03/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados de la búsqueda	[Firma]
07/03/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados de la búsqueda	[Firma]
08/03/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados de la búsqueda	[Firma]
09/03/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados de la búsqueda	[Firma]
10/03/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados de la búsqueda	[Firma]
11/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
12/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
13/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
14/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
15/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
16/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
17/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
18/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
19/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
20/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
21/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
22/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
23/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
24/03/23	8:00	12:00	Se analizó el contenido de los Resultados de la búsqueda	[Firma]
25/03/23	8:00	12:00	Se realizó una Recopilación	[Firma]
26/03/23	8:00	12:00	Se realizó una Recopilación	[Firma]
27/03/23	8:00	12:00	Se realizó una Recopilación	[Firma]
28/03/23	8:00	12:00	Se realizó una Recopilación	[Firma]
29/03/23	8:00	12:00	Se realizó una Recopilación	[Firma]
30/03/23	8:00	12:00	Se realizó una Recopilación	[Firma]
31/03/23	8:00	12:00	Se realizó una Recopilación	[Firma]
01/04/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados obtenidos	[Firma]
02/04/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados obtenidos	[Firma]
03/04/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados obtenidos	[Firma]
04/04/23	8:00	12:00	Se analizaron los Resultados obtenidos	[Firma]
05/04/23	8:00	12:00	Se realizó una evaluación de Resultados	[Firma]
06/04/23	8:00	12:00	Se realizó una evaluación de Resultados	[Firma]
07/04/23	8:00	12:00	Se realizó una evaluación de Resultados	[Firma]
08/04/23	8:00	12:00	Se realizó una evaluación de Resultados	[Firma]

Observaciones:

Firma del pasante:

[Firma]

Firma y sello del tutor externo:

[Firma]















