

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Nombre del Proyecto:
Promoción y Divulgación del Comercio Electrónico de Empresarios y
Emprendedores en el Puerto de Veracruz mediante el uso Estratégico de Redes
Sociales.

Nombre del Alumno:
Pacheco Colina Alejandro

Número de Control:
16990492

Nombre de la Carrera:
Licenciatura en administración

Especialidad:
Marketing en alta dirección

Griselda Puente Guzmán

Sello
Depto. Académico

Marisela Cruz Ramírez

Sello
Empresa

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Agradecimientos

Agradezco incondicionalmente a muchas personas las cuales me han permitido hasta el lugar en donde me encuentro actualmente, ha sido un camino largo y cansado, sin embargo, con ayuda de Dios y mis seres queridos quienes siempre han sido incondicionales a mí, me han apoyado en el desarrollo de mis facultades y me han alentado cuando más lo necesitaba, no me dejaron caer cuando probablemente hubiera caído, han sido demasiadas las personas las cuales han impactado e influenciado mi vida que es imposible enumerarlas a todas y un poco injusto el no mencionarlas en este apartado especialmente dedicado hacia ellos, mi familia ha sido un pilar fundamental en especial Norma Colina Castillo y Vicente Pacheco Colina quienes son mis padres, los cuales siempre me han tratado de brindar lo mejor y con ello me refiero al amor de un hogar y la educación que me han impartido desde muy joven, mis amistades las cuales he forjado en el trayecto que tengo de vida y en muchos de los casos han sido más que ellos, sino también una segunda familia, mis maestros los cuales durante toda mi preparación académica han influido en mí ya que en muchas ocasiones no solo se preocupaban por mi aprendizaje académico sino por mi desarrollo como persona, agradezco mucho el interés de ellos por mostrarme el camino en los momentos cuando más lo necesitaba, sus consejos y el apoyo que muchas veces me brindaron, mucha gente ha pasado ante mis ojos y a muchas de esas personas las recuerdo con grato cariño y amor en mi corazón y memorias, algunas ya no persisten a mi lado, sin embargo, el impacto de haberlas conocido han contribuido en mi desarrollo no solo como profesionista sino como persona, espero humildemente poder impactar positivamente en la vida de tantas personas como ellas lo han hecho en la mía, mucha gente me ha tendido la mano cuando más lo necesitaba, agradezco a Dios por cada una de las vidas de todos ellos los cuales han permitido formarme la persona que soy hoy.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Resumen

Durante el proyecto presentado en este documento se presentará distinta información la cual tiene como eje central las redes sociales y el impacto que éstas pueden generar en la promoción y divulgación del comercio electrónico el cual se puede enfocar en distintos sectores en donde el particular ya sea una empresa, emprendedor o cliente en general el cual tiene un motivo por el cual este requiere compartir y presentar su información a la mayor cantidad de personas posibles y es por ello que el analizar las herramientas digitales que tenemos a nuestra disposición y ejecutarlas en beneficio de nuestro objetivo es indispensable en esta época actual en la que vivimos ya que la pronta divulgación por medio del internet es una posibilidad la cual no se ha terminado de aprovechar y explorar por las empresas o empresarios de manera adecuada.

El tiempo transcurre y con ello las eras y épocas se van quedando en el tiempo como un vago recuerdo de las personas las cuales crecieron en ellos, sin embargo, también a la generación actual le sucederá, esto no es algo negativo, al contrario la evolución que vivamos nos permitirá facilitar diversas actividades que generemos y sobre todo resulta importante el conocer y adaptarnos en como las redes sociales están jugando un papel importante para múltiples actividades cotidianas, al igual que estamos creando una dependencia interesante a estas herramientas las cuales aprovechadas de manera adecuada significaran una fuente no solo de información o inclusive de recursos, sino un medio en el cual las ideas y opiniones podrán encontrar un espacio en el cual ser escuchadas y presentar opiniones en fin de generar un progreso en conjunto de muchas personas conectadas por medio del internet a través de las distintas redes sociales que los usuarios empleen para presentar dicha información.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	<i>Portada del Proyecto de Residencias Profesionales</i>	

Abstract

During the project presented in this document different information will be presented which has as central axis the social networks and the impact that these can generate in the promotion and dissemination of electronic commerce which can be focused on different sectors where the whether it is a company, entrepreneur or client in general which has a reason why this requires sharing and presenting their information to as many people as possible and that is why analyzing the digital tools that we have at our disposal and executing them for the benefit of our goal is indispensable in this current era in which we live because the prompt disclosure through of the internet is a possibility that has not been fully exploited and explored by companies or entrepreneurs in an appropriate way. Time passes and with it the ages and epochs remain in time as a vague memory of the people who grew up in them, however, also the current generation will happen, this is not something negative, on the contrary the evolution that we live will allow us to facilitate various activities that we generate and above all it is important to know and adapt in as the social networks are playing an important role for multiple day-to-day activities, just as we are creating an interesting dependence on these tools which, if properly exploited, will mean a source not only of information or even of resources, but a medium in which ideas and opinions can find a space in which to be heard and present opinions in order to generate progress together of many people connected through the internet through the different social networks that users use to present such information.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Índice

Introducción.....	7
CAPITULO 1. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área de trabajo.	9
1.1 Datos generales	9
1.2 CANACO.....	10
1.3 Misión.....	11
1.4 Visión.....	11
1.5 Valores.....	11
1.6 Circunscripción CANACO Servytur de Veracruz	12
1.7 Servicios	13
1.8 App Compra Fácil	13
1.9 Publicidad	13
1.10 Medios digitales	14
1.11 SIEM.....	15
1.12 Renta de oficinas	17
1.13 Renta de salones	17
1.14 Bolsa de trabajo.....	19
1.15 Organigrama de la empresa.....	20
1.16 Descripción o funciones del departamento o área donde se realizó el proyecto.....	21
1.17 Problemas a resolver.....	22
1.18 Objetivos.....	23
1.19 Justificación.	24
CAPITULO 2. Marco teórico.....	27
2.1 Comercio electrónico.....	28
2.2 Promoción y divulgación.....	30
2.3 Aspectos negativos de la publicidad	32
2.4 Marketing digital.....	32
2.5 Redes sociales	34
2.6 Redes sociales más populares en el mundo	36
2.7 Redes sociales más populares en México	37
2.8 Características de las redes sociales	39
2.8.1 Conectividad	39
2.8.2 Interacción.....	39
2.8.3 Personalización.....	39
2.8.4 Tiempo real	39
2.8.5 Viralidad	39
2.9 Descripción de distintas redes sociales.....	40
2.9.1 Facebook.....	40

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

2.9.2 Instagram.....	40
2.9.3 Twitter.....	41
2.9.4 WhatsApp	42
2.9.5 YouTube	42
2.10 Primeros pasos en tus redes sociales como empresario, empresa o emprendedor	42
2.11 Community Manager	43
CAPÍTULO 3. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas	46
CAPÍTULO 4. Resultados, planos, graficas, prototipos y programas	60
Conclusiones de Proyecto, recomendaciones y experiencia personal profesional adquirida.....	86
Competencias desarrolladas y/o aplicadas	92
Bibliografía	93

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Introducción

Con la información compilada en este documento se desarrolla un tema de interés el cual es esencial al momento de promover y divulgar desde un producto o servicio que una empresa ofrece a un público de su interés promoviendo la imagen y marca personal, en la actualidad este tipo de campañas de comunicación y publicidad han cobrado una fuerza sin precedentes por medio de las redes sociales las cuales empleadas cotidianamente desde unos pocos minutos hasta largos periodos de tiempo, arrojan como resultado el campo de interés de dichos usuarios dando la oportunidad de ver en cuál se deben aprovechar los múltiples beneficios que las plataformas digitales nos proporcionan para posteriormente divulgar el interés comercial o personal hacia las masas para el beneficio del proyecto que se desarrolla.

A lo largo de distintos apartados se presentará información desde una perspectiva personal gracias al desarrollo de la residencia profesional en la CANACO, la cual abordará una experiencia adquirida por la participación en dicha institución durante este proyecto, así como temas relacionados los cuales enriquecen e informan al lector. El plan de trabajo a rasgos generales consiste que durante el periodo designado para la residencia se abordarán las áreas de oportunidad del departamento de comunicación e imagen de radio TV CANACO digital.

Las redes sociales forman parte fundamental de la problemática presentada a lo largo de este proyecto, pero aún más importante que esto es el manejo y aprovechamiento en beneficio del usuario ya que a fin de cuentas es una herramienta, todos o en su mayoría pueden tener acceso a éstas, sin embargo, las experiencias y capacidades de establecer estrategias favorables las cuales difundan dicha información en beneficio de quien lo genere es una habilidad la cual no todos han sido capaces de explotar o manipular, es por ello que se presentará información valiosa la cual servirá como punto de partida para quiénes empiezan a interesarse sobre la promoción y divulgación del comercio electrónico el cual al día de hoy está teniendo un auge sin precedentes y con

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

indicadores de un crecimiento exponencial.

La experiencia en el campo asignado resultó fundamental, ya que permitió adquirir conocimientos enriquecedores para afrontar este proyecto. Durante las diversas actividades realizadas, se presentarán oportunidades de crecimiento, tanto a nivel personal como profesional. Dicha vivencia nos podrá brindar la oportunidad de identificar áreas de mejora que serán fundamentales en el proyecto, ya que se busca aprovechar estas percepciones no solo propias, sino también las de compañeros de trabajo. Sus opiniones serán consideradas para determinar cómo mejorar la gestión de la información que se publica y comparte en las diferentes redes sociales utilizadas tanto por la institución, así como por los afiliados y clientes que lo requieran en la CANACO. Durante la lectura del documento se abordarán temas y definiciones que servirán como punto de partida para comprenderlos de manera clara y objetiva. A pesar de que son conceptos que aparentemente se entienden debido a su uso cotidiano, no necesariamente se conocen en profundidad, incluyendo sus orígenes y el uso de las funciones de las herramientas disponibles.

Siguiendo lo mencionado previamente, se presenta de manera detallada el tema en cuestión. En las siguientes páginas se presentará una serie de información que nos permitirá explorar el tema desde una perspectiva interesante y llena de oportunidades para aquellos que deseen desarrollar una gestión de promoción y difusión.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

CAPITULO 1. Descripción de la empresa u organización y del puesto o área de trabajo.

1.1 Datos generales.

Nombre.

Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Veracruz (CANACO).

Giro.

Servicios empresariales.

Dirección.

Av. Ignacio Allende 1389, Zona Centro, 91700 Veracruz, Ver.

Teléfono.

2294539771

Página web.

<https://www.canacoveracruz.com.mx/>

Correo electrónico.

contacto@canacoveracruz.com.mx

Croquis de ubicación.



Ilustración 1. Fachada de la oficina de CANACO

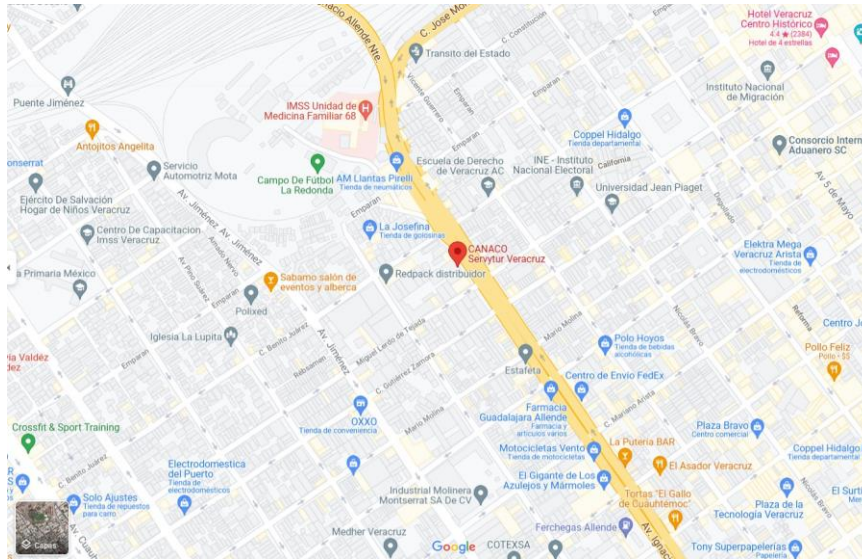


Ilustración 2. Croquis con la ubicación de la oficina de CANACO

1.2 CANACO

Por parte de la misma empresa se denominan de la siguiente manera:

“Somos un organismo empresarial fundado el 22 de junio de 1879. Siendo la segunda Cámara de Comercio Servicios y Turismo más antigua de México, conformada por empresarios formalmente establecidos, institución de interés público, autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que representa, promueve y defiende a nivel nacional e internacional las actividades del Comercio, los Servicios y el Turismo en Veracruz, de forma autónoma y apartidista.”

Es necesario el establecimiento de algunos apartados específicos de la empresa, los cuales permitirán profundizar en las funciones que desempeña la CANACO y como es que sus colaboradores realizan sus funciones, las ciudades en las cuales se cuenta con presencia y lo que le ofrece está a sus clientes, dichos servicios son variados, pero todos en beneficio y desarrollo de generar o apoyar proyectos que contribuyan al crecimiento de la actividad económica en el Estado de Veracruz.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

1.3 Misión.

Representar, promover y defender los intereses del comercio organizado, los servicios y el turismo como actividades generales de la economía nacional anteponiendo el interés público sobre el privado.

1.4 Visión.

Hacer de CANACO Servytur Veracruz, un organismo reconocido en el mundo por su trabajo a favor del comercio y del empresario veracruzano, al ser organización líder en el Estado de Veracruz.

1.5 Valores.

Realizamos todas las actividades con verdadera vocación y actitud positiva de servicio, aplicando valores como:

- Humildad
- Ética
- Honradez
- Lealtad
- Disciplina
- Liderazgo
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Fe
- Respeto
- Amor al trabajo

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	<i>Portada del Proyecto de Residencias Profesionales</i>	

- Amor a nuestros semejantes
- Amor por preservar la naturaleza

1.6 Circunscripción CANACO Servytur de Veracruz

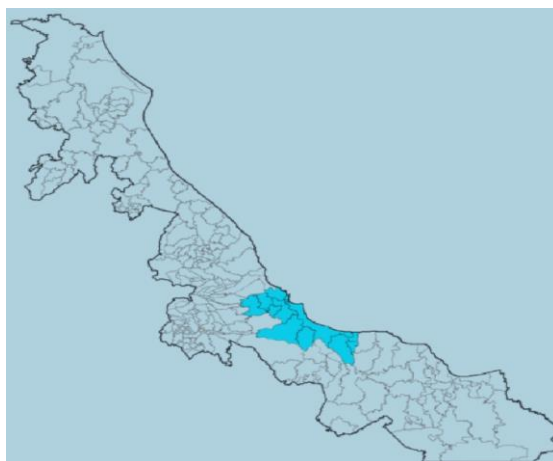


Ilustración 3. Zona geográfica en la cual hay presencia de CANACO

- Veracruz
- Boca del Río
- Alvarado
- Jamapa
- Lerdo de Tejada
- Medellín
- Saltabarranca
- Soledad de Doblado
- Ignacio de la Llave
- Tlacotalpan

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Tlalixcoyan
- Manlio Fabio Altamirano

1.7 Servicios.

La CANACO ofrece distintos servicios de distinta índole en la cual, cada una de estas busca el facilitar las operaciones del consumidor, dar a conocer un producto o marca en la cual la empresa que solicite este servicio contara con una amplia gana de herramientas indispensables para aumentar la zona de influencia del cliente ya que busca el esparcimiento de las marcas que solicitan este servicio, existen diversos paquetes los cuales se acoplan a las necesidades del solicitante y con ello encontrar una estrategia más efectiva.

1.8 App Compra Fácil

La CANACO incorporó esta aplicación con la finalidad de facilitar el acceso de información por parte de los usuarios pertenecientes e inclusive quienes aún no pertenecen a esta cámara de comercio, en esta aplicación existen diversos apartados en los cuales facilita la información que se esté buscando en la comodidad de un dispositivo telefónico en el cual se pueda visualizar la bolsa de trabajo, cursos los cuales buscan capacitar a los interesados en los distintos temas que ellos abordan para distintos niveles de una empresa, fomenta eventos turísticos que son beneficios para la región en la cual se estén llevando a cabo, también se puede ver un directorio en el cual se encuentra a los miembros pertenecientes a la CANACO, noticias y eventos, entre otras funciones que tiene esta aplicación.

1.9 Publicidad

Uno de los servicios más importantes en el cual la CANACO busca fomentar una mayor participación por parte de las empresas y empresarios es dar a conocer sus productos y marca personal que estos han

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

desarrollado y la CANACO busca el generar una mayor presencia de esto por medio de sus distintos paquetes que estos manejan para incorporar una mayor difusión con respecto a lo que el cliente busque debido a las características que este incorpore.

Existen tres paquetes de publicidad los cuales se pueden solicitar los cuales son los siguientes:

- a) Básico
- b) Premium
- c) Premium Pro

Basico		Premium		Premium Pro	
Precio					
Afiliado	No afiliado	Afiliado	No afiliado	Afiliado	No afiliado
\$2,000	\$3,000	\$3,000	\$4,000	\$4,000	\$5,000
Manejo de Facebook e Instagram		Manejo de Facebook e Instagram		Manejo de Facebook e Instagram	
1 Publicación diaria		1 Publicación diaria		1 Publicación diaria	
8 Post 1 Video		12 Post 4 Video		26 Post 4 Video	
Diseño de imágenes y videos: informativos, promocionales y copy		Diseño de imágenes y videos: informativos, promocionales y copy		Diseño de imágenes y videos: informativos, promocionales y copy	
Comentarios, preguntas y cotizaciones		Comentarios, preguntas y cotizaciones		Comentarios, preguntas y cotizaciones	
Menciones de la página en historias		Menciones de la página en historias		Menciones de la página en historias	

Ilustración 4. Paquetes de Publicidad de CANACO

1.10 Medios digitales

Por medio de los colaboradores de la CANACO se le desarrollan las herramientas digitales necesarias para que los clientes que así lo soliciten puedan estructurar de manera más gestionada sus operaciones y portales con la finalidad de dar acceso a posibles clientes de estos las herramientas para conocer los productos que ellos incorporan en su negocio, así como otros datos los cuales permitan mantener un vínculo entre cliente y empresa de forma más sencilla para ambas partes.

- a) Plata
- b) Oro

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

c) Diamante

Existen tres paquetes los cuales cuentan con distintas características y van enfocadas en las necesidades de distintos clientes es por ello por lo que el solicitante debe evaluar cuidadosamente cual sería la mejor opción con respecto a sus requerimientos que este solicite a la CANACO para incorporar los medios digitales pertinentes a quien lo solicite.

Plata		Oro		Diamante	
Precio					
Afiliado	No afiliado	Afiliado	No afiliado	Afiliado	No afiliado
\$4,960	\$6,420	\$6,810	\$8,080	\$7,850	\$9,120
Hasta 5 páginas		Hasta 10 páginas		Páginas ilimitadas	
Sitio web para darte a conocer y/o e-commerce		Sitio web para darte a conocer y/o e-commerce		Sitio web para darte a conocer y/o e-commerce	
Páginas personalizadas		Páginas personalizadas		Páginas personalizadas	
Sitio web dinámico con gestor de contenidos		Sitio web dinámico con gestor de contenidos		Sitio web dinámico con gestor de contenidos	
Diseño adaptativo		Diseño adaptativo		Diseño adaptativo	
Formularios de contacto		Formularios de contacto		Formularios de contacto	
Posicionamiento SEO		Posicionamiento SEO		Posicionamiento SEO	
Acceso a pruebas A I B ¡Entérate cuál imagen o texto te da mayor interacción con tus clientes!		Acceso a pruebas A I B ¡Entérate cuál imagen o texto te da mayor interacción con tus clientes!		Acceso a pruebas A I B ¡Entérate cuál imagen o texto te da mayor interacción con tus clientes!	
Un dominio .com gratis		Un dominio .com gratis		Un dominio .com gratis	
Hosting primer año gratis		Hosting primer año gratis		Hosting primer año gratis	
5 GB de disco SSD		10 GB de disco SSD		10 GB de disco SSD	
Hasta 5 cuentas de correo empresarial		Cuentas de correo empresarial ilimitadas		Cuentas de correo empresarial ilimitadas	

Ilustración 5. Paquetes de Medios digitales de CANACO

1.11 SIEM

“El Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), es un instrumento del estado mexicano cuyo propósito es captar, integrar, procesar y suministrar información sobre las características y ubicación de los establecimientos de comercio, servicios, turismo e industria en el país, para un mejor desempeño y promoción de las actividades empresariales. Los datos captados en el SIEM tienen la finalidad de ofrecer oportunidades

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

de negocio entre particulares, no la de conocer las fuentes de trabajo que son responsabilidad de cada empresa.”

La incorporación a este sistema de información de manera práctica es el realizar una base de datos la cual permite de manera práctica, promocional y accesible para distintos grupos de interés como lo podrían ser confederaciones, autoridades, empresas y público en general, las cuales la intención es gestionar una interacción entre estos distintos grupos ya mencionados para beneficios y el desarrollo de todos los involucrados.

De los beneficios de incorporarse a este sistema de información están los siguientes:

1. Visible presencia digital.
2. Un atractivo medio de difusión y publicidad.
3. Captación de nuevos clientes y proveedores.
 - Asesoría y consultoría

El servicio de asesorías por parte de la CANACO incorpora los rubros en materia Penal, Mercantil, Laboral y Civil, este tipo de servicio es bastante importante para las empresas ya que con esto puede prevenir e inclusive superar un inconveniente que el cliente que así lo requiera.

Existen servicios de orientación con temas relacionados para la obtención del Código de Barras y Tabla Nutricional.

Servicios contables, financieros y fiscales, son otros de los elementos con los cuales se puede apoyar a los miembros pertenecientes a la CANACO.

- Eventos

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

a) Desayuno Empresarial

La CANACO en sus propias palabras define este tipo de evento que realiza y participa de la siguiente manera:

“Genera enlaces comerciales para aumentar la cartera de clientes y potenciar su servicio o producto.”

b) Networking

La Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo emplea distintas estrategias las cuales puedan beneficiar a sus afiliados y esta es una de las maneras con la cual busca beneficiarlos, actualmente se emplea mucho este término de Networking en el cual la CANACO busca y fomenta la participación de esta práctica por el siguiente motivo:

“Asiste a nuestro evento de integración empresarial donde los participantes van con la intención de generar alianzas de negocios duraderas, dirigido a dueños de negocio o gerentes.”

1.12 Renta de oficinas

La CANACO ofrece el espacio ideal para reuniones de trabajo, fiestas y convenciones, así como lo complementa incorporando el servicio de coffee break, internet, estacionamiento y más.

1.13 Renta de salones

Existen por parte de la CANACO cinco opciones de salones en las cuales podemos apreciar a continuación:

1. Mercurio 1 (un máximo de 30 personas).

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	



MERCURIO I

UN MAXIMO DE 30 PERSONAS

Ilustración 6. Salón en renta "Mercurio 1"

2. Mercurio 2 (un máximo de 30 personas).



MERCURIO II

UN MAXIMO DE 30 PERSONAS

Ilustración 7. Salón en renta "Mercurio 2"

3. Combinar Mercurio 1 y 2 (un máximo de 60 personas).

4. Instituto (un máximo de 25 personas).

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	



Ilustración 8. Salón en renta "Instituto"

5. Presidentes (un máximo de 300 personas).



Ilustración 9. Salón en renta "Presidentes"

1.14 Bolsa de trabajo

Esta herramienta que incorpora la CANACO es beneficiosa para sus clientes ya que con esta pueden solicitar personal para distintos puestos laborales que estos requieran.

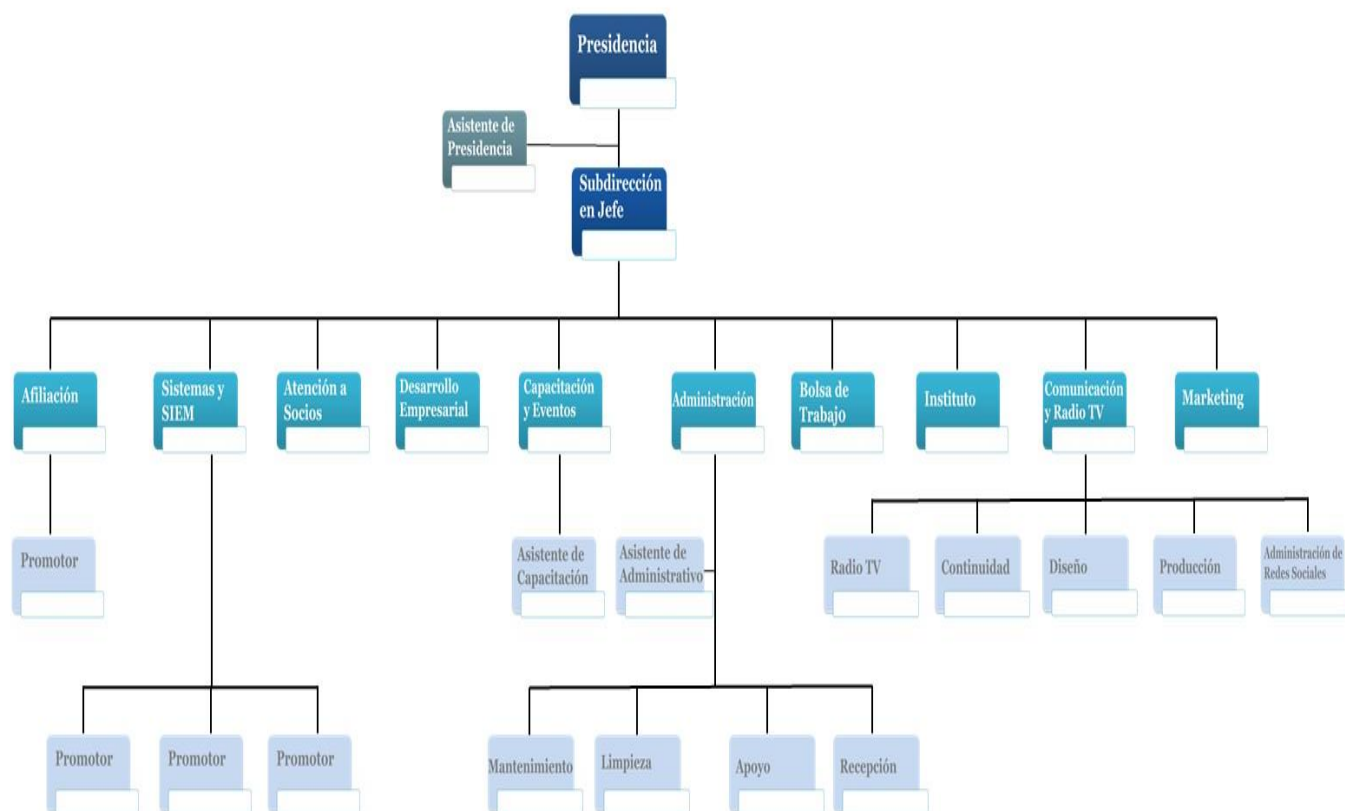
 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

1.15 Organigrama de la empresa.



Estructura Organizacional

Cámara Nacional de Comercio, Servicio y Turismo de Veracruz



 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Ilustración 10. Organigrama CANACO

Como se puede apreciar esta es la estructura con la cual la CANACO desempeña sus funciones, dividiendo sus áreas de trabajo como en la imagen presentada en este apartado.

1.16 Descripción o funciones del departamento o área donde se realizó el proyecto.

Las diversas responsabilidades asumidas durante el tiempo de residencia proporcionaron una experiencia gratificante al participar en una amplia gama de actividades que ampliaron conocimientos, los cuales no se habían adquirido previamente. Con el paso del tiempo, se adquirieron múltiples entendimientos y destrezas sobre las tareas que se llevan a cabo en la CANACO, así como el uso de diversas herramientas y equipos para llevar a cabo dichas labores.

Centrándonos en las actividades específicas realizadas, destacan las grabaciones en vivo de los desayunos empresariales organizados por la CANACO. Principalmente, la labor consistía en grabar el presidium y a los oradores que compartían información durante estos eventos. Además, se realizaron tareas de edición de video y programación. En cuanto al apoyo en la gestoría, se llevaron a cabo diversas acciones con el objetivo de garantizar que los eventos se desarrollaran de manera exitosa y positiva. También se participó en la realización de entrevistas en vivo, seleccionando cuidadosamente a las personas adecuadas y utilizando el lenguaje apropiado. Posteriormente, se compartieron clips de las entrevistas en las redes sociales de la CANACO, principalmente en Facebook.

La CANACO utiliza varias redes sociales, y dependiendo de la plataforma, se generan diferentes tipos de publicaciones. Las más importantes y relevantes son las siguientes: en primer lugar, se encuentra la página de Radio TV CANACO Digital, donde se comparte una amplia variedad de contenido relacionado con entrevistas, programas de los afiliados, citas y otras publicaciones. En segundo lugar, está otra página de Facebook, donde la CANACO comparte publicaciones más serias. Durante este período, se contribuyó

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

activamente en la realización de las actividades mencionadas anteriormente.

1.17 Problemas a resolver.

Como parte del desarrollo de este proyecto, basado en la información y experiencia adquirida durante el período de observación, escucha y ejecución de diversas actividades, se identifican áreas de oportunidad que requieren atención. Estas áreas se refieren a la gestión subóptima de las labores y actividades laborales llevadas a cabo en el área de comunicación e imagen de Radio TV CANACO Digital. El objetivo es mejorar y optimizar dichas actividades.

Es esencial establecer las directrices necesarias para que el lector comprenda claramente los aspectos que se exponen. En este caso, se abordarán los problemas o áreas de oportunidad en el siguiente orden de prioridad, considerando los de mayor a menor importancia:

1. No se ha implementado una eficiente organización en las publicaciones emitidas por CANACO en sus diversas redes sociales.
2. No se ha desarrollado un plan estratégico para el crecimiento de estas redes sociales.
3. No se ha designado un puesto laboral específico que cumpla con las características de un Community Manager.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

1.18 Objetivo

General

- Presentar estrategias competentes las cuales permitan gestionar de manera efectiva la articulación de las actividades relacionadas con el departamento de comunicación e imagen de Radio TV CANACO Digital. El objetivo es beneficiar la economía local representada por los afiliados de la CANACO de Veracruz.

Específicos

- Identificar oportunidades de mejora en las que se puedan actuar, priorizando la necesidad de implementar cambios inmediatos, así como aquellos a mediano y largo plazo. Mediante un análisis exhaustivo, se identificarán áreas específicas donde se requiera una acción inmediata para mejorar la gestión de comunicación e imagen, así como áreas que podrían beneficiarse de cambios más estratégicos a largo plazo.
- Describir detalladamente las actividades que se desarrollan en el área de comunicación e imagen de RADIO TV CANACO Digital. Se proporcionará un panorama completo de las labores diarias del departamento, como la producción de contenidos audiovisuales, la gestión de redes sociales, la programación de eventos y la interacción con los afiliados.
- Proponer soluciones viables para abordar las áreas de oportunidad identificadas en el ámbito de estudio de este proyecto. Se presentarán recomendaciones específicas y acciones concretas que pueden implementarse para optimizar la gestión de comunicación e imagen, como la creación de un calendario de publicaciones estratégicas, la mejora de la interacción con los afiliados y el establecimiento de métricas de seguimiento para evaluar el impacto de las acciones implementadas.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

1.19 Justificación.

El presente proyecto se decide realizar con el fin de analizar el área de trabajo donde se presentará la residencia profesional, con la intención de que al final de las residencias se puedan dar las recomendaciones y propuestas pertinentes que permitan a las áreas de oportunidad ser identificadas, brindar un nuevo enfoque que permita la realización de las labores que aquí se ejecutan, con una mayor eficiencia la cual ayude a los colaboradores en facilitar las acciones que desempeñan, aumentando varios puntos positivos en la empresa, no solo en la gestión de recursos y acciones, sino también en la atmosfera laboral la cual puede cambiar de manera positiva con las recomendaciones y acciones que se desarrollen con los resultados de este proyecto. Los análisis y propuestas que se buscan desarrollar con el conocimiento que se pretende obtener a lo largo del servicio de residencia, lograra que se identifiquen, planeen y pongan en acción soluciones viables a estas áreas de oportunidad.

Gracias a un artículo realizado por el portal de noticias Expansión publicado el 07 de diciembre de 2021 por Fernando Guarneros Olmos el cual título “Las redes sociales marcarán tendencias a otras industrias en 2022” (Olmos, 2021). Lo cual sucedió y en la actualidad somos testigos del fenómeno que son las redes sociales, el éxito y a su vez el fracaso se pueden obtener en segundos por medio de ellas, dependiendo del uso y manejo que les demos.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Son muchos los beneficios que las redes sociales pueden presentar a una empresa porque no solo se trata de publicidad como muchos creen, sino que existe un mundo entero de posibilidades en favor de, si es que se gestiona de manera adecuada sabiendo cómo y cuándo aprovechar las distintas plataformas con las cuales una empresa sin importar su tamaño esta puede presentar crecimiento y dominio de su mercado con un gestor apropiado que maneje sus distintas plataformas tanto digitales como sociales.

El auge del comercio electrónico inició en gran medida antes de la pandemia, pero debido a estamisma se vio un despunte sin precedente con el cual se pudo aprovechar con la creación de los medios necesarios para que empresas y clientes generando un vínculo viable que hasta la actualidad la manera de hacerlo en muchos de estos casos es por medio de plataformas digitales como las redes sociales, como captación de público y posibles clientes en dichas redes y plataformas se tiene que crear todo un ecosistema en el cual se pueda alcanzar el sector de interés para que los servicios y productos que una empresa ofrece. La CANACO con relación al departamento de comunicación e imagen de Radio TV CANACO Digital tiene una encomienda muy importante y fundamental que desarrollar debido a que estos se encargan entre muchas de sus actividades de ayudar a las empresas y empresarios a compartir sus productos o marcas y gestionar sus redes sociales de manera beneficiosa para el afiliado a esta cámara de comercio

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

CAPITULO 2. Marco teórico.

La realización de este apartado permitirá el documentar de manera más detallada la información que es relevante para el desarrollo de este proyecto, en el cual es indispensable el delimitar y argumentar de manera lógica y coherente la información expuesta en el documento, existen múltiples conceptos o términos los cuales son indispensables el definir ya que esto permitirá que se genere un mejor entendimiento del tema al lector que evalúa el desarrollo de este proyecto.

Como documentación y antecedentes de la investigación se puede relacionar una tesina desarrollada en 2018, la cual permite tener un punto de partida con dicho tema, no es completamente igual al tema desarrollado en este proyecto, sin embargo, sin duda permite tener un punto de partida para entender con mayor facilidad el tema.

El tema desarrollado en la tesina se titula como “La publicidad digital a través de los anuncios de texto, Google Adwords” por Luis Rodrigo Badillo Pérez de la Universidad Nacional Autónoma de México de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, específicamente de la licenciatura en ciencias de la comunicación. En este documento se presentan datos y términos los cuales en algún punto se han escuchado, pero seguramente no se ha dedicado a entender a ciencia cierta, se logra vislumbrar un punto de vista interesante y documenta con relación a la publicidad enfocada en este caso a Google Adwords.

“Sin duda el mercado de la publicidad es muy amplio y competitivo, y qué decir específicamente de la publicidad online que avanza de manera exponencial y se ha vuelto la punta de lanza o el complemento perfecto para medios como televisión o radio. En Internet, de pronto se conoce una herramienta sensacional y en un par de años nos sorprende saber que ha que dado obsoleta y que existen muchas otras opciones que

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

han surgido al tiempo que otras tantas desaparecieron ya. (por ejemplo, Yahoo! México, hi5, myspace).” (Pérez, 2018)

Con este comentario por parte del autor de este documento se continua con este apartado del marco teórico.

2.1 Comercio electrónico

Últimamente este término se ha popularizado de una manera descomunal y sin precedentes, actualmente se escucha mucho que el negocio o popularización de un producto, servicio o persona se lleva a cabo bajo la influencia de los medios en los cuales se genera su propagación y difusión de su marca con la finalidad de darse a conocer.

En este caso la definición más precisa con relación al término de “Comercio electrónico” se puede encontrar en el portal de la Secretaría de Economía de México de la siguiente manera:

“El comercio electrónico es un modelo de negocio basado en la compra, venta y comercialización de productos y servicios a través de medios digitales (páginas web, redes sociales, entre otros.)” (GOBIERNO DE MÉXICO, 2020)

El empleo de las redes sociales es una herramienta la cual debido al tiempo que la población mexicana emplea es un tiempo muy exorbitante al comparación de otras actividades y que de hecho va en crecimiento esta tendencia de usar el tiempo para visualizar las distintas plataformas de medios sociales, un artículo desarrollado por el portal de noticias de la Jornada sustenta dicho argumento el cual el empleo de redes sociales es un medio por el cual las empresas y empresarios deberían de emplear con mayor énfasis debido a que exista ya un público que está en el área de interés que son las redes sociales, solo se debe de captar su atención y trasladarlos hacia el producto o servicio que se posee.

Un párrafo de este artículo el cual capta el interés para el desarrollo de este proyecto es el siguiente:

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

“México es uno de los países que más utiliza y dedica tiempo a las redes socio digitales; es la sexta nación que usa YouTube, la quinta en el caso de Facebook y WhatsApp, y la cuarta en cuanto a Twitter, Instagram y TikTok; ésta sólo por debajo de Estados Unidos y China, destacó el académico de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la UNAM, Luis Ángel Hurtado Razo.”

En este mismo artículo se puede apreciar que el tiempo en el cual el mexicano promedio emplea su uso de internet es elevado y en un crecimiento el cual puede ser aprovechado para captar clientes y consumidores que requieran un servicio en específico.

“Información de 2020 del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), refiere que los mexicanos destinaron de ocho a diez horas al día al internet, en comparación con 2015 cuando pasaban de seis a ocho viendo televisión.” (La Jornada, 2022)

Con relación al comercio electrónico existen clasificaciones las cuales son interesantes e indispensables de señalar, la primera división del comercio electrónico va en relación con el tiempo que demora en desarrollarse o llevarse a cabo.

- Comercio electrónico directo. Tipo de comercio donde el bien o servicio se descarga inmediatamente en la computadora del usuario.
- Comercio electrónico indirecto. Aquel que se recibe después de un lapso y requiere de una logística de entrega vía mensajería.

La segunda división va con relación al pago que se efectúa por el producto o servicio.

- Comercio electrónico inmediato. Se da cuando el pago se realiza por medio del sistema electrónico.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Comercio electrónico mediato. Es cuando el pago del bien o servicio adquirido se realiza fuera del sistema electrónico.

2.2 Promoción y divulgación

“La publicidad es aquella actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicaciones persuasivas e identificables, transmitidas a través de los diferentes medios de comunicación; la paga un patrocinador y se dirige a una persona o grupo con el fin de desarrollar la demanda de un producto, servicio o idea.”

Es indispensable que se generen campañas publicitarias con el fin de dar a conocer un producto o servicio en cuestión, ejemplo de este tipo de estrategias se puede ver y mencionar por montones desde el aspecto comercial como muchas empresas refresqueras las cuales incitan a consumir su refresco por algún motivo desde el familiar hasta el de popularidad, hasta algunos tipos de publicidad como lo son de candidatos políticos los cuales van orientados al desarrollar cierta afinidad del candidato hacia las masas con la finalidad de poder crear confianza hacia un público que en primera instancia resultan ser unos desconocidos, con la publicidad y promoción se busca generar una figura de confianza con las cuales captando de manera acertada permitirá que el espectador elija entre las diversas opciones que tenga este a su disposición ya sea un producto o inclusive una persona.

“El objetivo básico de la publicidad es estimular las ventas ya sea de manera inmediata o a futuro.”

La publicidad tiene una serie de objetivos a desarrollar como son los siguientes:

- Estimular la demanda del producto.
- Conocimiento.
- Recordatorio de uso.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Cambio de actitudes.
- Resaltar los atributos.
- Posicionamiento de la marca.
- Refuerzo actitudinal.
- Construcción de imagen.
- Obtención de una respuesta inmediata.
- Cambio de conductas.

Esta lista de puntos, así como definiciones claves fueron basadas bajo el libro titulado como “Mercadotecnia” por Laura Estela Fischer de la Vega, en este libro se puede apreciar de manera muy clara y entendible el tema de este apartado el cual permite nutrir con información valiosa el apartado del marco teórico.

En este libro señala la clasificación de la publicidad dependiendo el segmento en el cual va enfocado ya que este puede ir dirigido con diferentes propósitos, en este caso en particular con relación al desarrollo del tema que interesa la división de publicidad comercial como lo denomina la autora la cual en este caso tiene una subdivisión que en este caso se fragmenta de la siguiente forma:

Publicidad Comercial

- Publicidad en el producto.
- Publicidad institucional.

En el primer caso es bastante lógico y entendible que va encaminado en fomentar el consumo de cierto producto o servicio, casi todas las empresas lo emplean, mientras que en el segundo caso va orientado en crear una imagen favorable de una persona o instrucción que lo requiera.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

2.3 Aspectos negativos de la publicidad

Así como el desarrollo de diversas actividades esta tiene un aspecto el cual puede ser negativo o perjudicial ya sea para el consumidor o creador del producto o servicio, es por ello que la publicidad tiene una responsabilidad muy grande, ya que el equipo de personas las cuales están encargadas este tipo de promociones y divulgaciones tienen que informar de manera ética que lo que venden será lo que recibe el cliente, casos de este sin duda se aprecian por montones en alrededor ya que en más de una oportunidad la sociedad ha sido víctima de publicidad engañosa o de los efectos negativos de la publicidad.

“Se considera que la publicidad es nociva porque incentiva la aparición de necesidades de consumo; esto es, gran parte de la publicidad actual está diseñada para vender productos llamados suntuarios o no indispensables, que se convierten en lo que la gente aprecia como necesidades para tener un nivel de vida razonable.” (Espejo, 2017)

Con esta primicia se puede entender principalmente que el mayor problema de esta situación es un consumo desmedido e incoherente de un artículo el cual verdaderamente no se requiere, sin embargo, se hace creer que si se necesita provocando esto que no se enfoque en verdaderas necesidades que si se tiene en ese momento.

2.4 Marketing digital

Este término va relacionado al desarrollar una estrategia mercadológica la cual se lleva a cabo a través de los medios digitales u online.

“La mercadotecnia por internet es el conjunto de actividades que permiten satisfacer las necesidades de un mercado bien definido que demanda productos y servicios a través de la World Wide Web.” (Espejo, 2017)

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

El internet ha expandido sus funciones en el desarrollo de diversas actividades cotidianas y el comercio, así como el entrenamiento no son la excepción, diversas empresas por medio de sus plataformas digitales han acaparado un mercado del internet o inclusive lo han generado ellos mismos.

Los objetivos del marketing digital no son tan distintos a los cuales serían los del marketing original, en este caso se puede enumerar los objetivos por los cuales el marketing digital se comprende.

- Procura una comunicación directa y de respuesta inmediata (uno a uno), con clientes individuales cuidadosamente seleccionados.
- Busca la interacción con los consumidores para establecer con ellos relaciones de negocios a largo plazo.
- Usa las tecnologías de base de datos para convertir a prospectos en compradores fieles; para fortalecer la lealtad mediante el envío de información, regalos y diversos materiales; para reforzar y reactivar las ventas al ofrecer nuevos productos, artículos complementarios o sustitutos, como lo sería el CRM (Consumer Relationship Management).
- Busca satisfacer las necesidades de clientes que desean comprar sin salir de casa o de la oficina, pero que lo quieren hacer en forma divertida, cómoda, sencilla, comparativa, personalizada, oportuna, privada y con ahorro de tiempo.

El marketing digital ha evolucionado a lo largo del tiempo en cual durante dicho tiempo se han incorporado distintas herramientas las cuales han mejorado de distintas maneras la generación de un comercio electrónico como el que se conoce en la actualidad, todo se origina durante la época de los años 70's y la incorporación ya sea del correo electrónico o el intercambio de grandes cantidades de datos han permitido que el marketing

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

evolucione durante todo este tiempo e inclusive actualmente se sigue transformando con la finalidad de que se facilite las transacciones de este comercio que sigo en auge gracias a lo fácil y práctico que ha resultado la incorporación del comercio electrónico en la vida diaria.

2.5 Redes sociales

Es interesante el poder definir el término de redes sociales y principalmente con la generación actual la cual se está viviendo ya que en su gran mayoría por no mencionar que todos tienen interacción con alguna plataforma que conforma las denominadas redes sociales, muchas personas tienen cuentas a muchas de estas e inclusive se emplean múltiples usuarios o cuentas para dichas redes sociales.

Dependiendo el autor del cual se mencione, se puede entender que significa el término de redes sociales, para el caso de un mayor entendimiento del lector se desintegrará la palabra y se estudiará con mayor profundidad ya que es necesario entender a ciencia cierta lo que se ha denominado como redes sociales y como estas se han mantenido e inclusive expandido en múltiples plataformas especializadas algunas de estas para un sector específico de consumo para sus usuarios.

“En informática, se entiende por red (usualmente red informática o red de computadoras) a la interconexión de un número determinado de computadores (o de redes, a su vez) mediante dispositivos alámbricos o inalámbricos que, mediante impulsos eléctricos, ondas electromagnéticas u otros medios físicos, les permiten enviar y recibir información en paquetes de datos, compartir sus recursos y actuar como un conjunto organizado.” (Equipo editorial, 2021)

Con la primera terminología establecida se analizará la segunda la cual puede llegar a ser más compleja y confusa de entender la cual es la palabra social, en este caso la definición más adecuada es la siguiente:

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

“Del latín *sociales*, social es aquello perteneciente o relativo a la sociedad. Recordemos que se entiende por sociedad al conjunto de individuos que comparten una misma cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad.” (Merino., 2021)

Establecido ambos términos se procederá a conectarlos para poder de manera inmediata entender ¿Qué son las redes sociales? En este caso se encontró la siguiente definición de este término de la siguiente manera:

“Las redes sociales son plataformas digitales formadas por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco, trabajo). Las redes sociales permiten el contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información.” (Equipo editorial, 2021)

Estas diversas comunidades que se han desarrollado a través de las plataformas digitales han permitido el desarrollo de la interacción de múltiples personas alrededor del mundo de manera simultánea, en este caso eso ha sido uno de los mayores beneficios que han generado las redes sociales la cual ha sido la interconexión de información de forma inmediata que gracias al alcance que han tenido ha servido como fuente de información, sin embargo, esto también ha sido pie de ser una herramienta peligrosa ya que mucha gente cae en las denominadas “fake news” las cuales son noticias falsas sin una sólida base la cual sustente sus argumentos, en este caso no se argumentara si es bueno o malo esto ya que no va en relación inmediata para el desarrollo de este proyecto, sin embargo, lo que si interesa es lo eficiente que son las redes sociales como canales de divulgación de información y el alcance que estas permiten en distintos rubros que se desea enfocar, ya que gracias al alcance global que se tiene por medio del internet de estas plataformas se puede llegar a un público de masas o delimitar a una comunidad en específico que permanece en las redes sociales.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

2.6 Redes sociales más populares en el mundo

Las redes sociales captan la involucración de interacción de muchas personas mediante usuarios que pertenecen a alguna plataforma digital, en este caso se pretende presentar información la cual ayude a dimensionar como es que se manifiesta la interacción de las personas por la cantidad de personas que las emplean.

A continuación se presentara una gráfica mencionando la cantidad de usuarios los cuales se mantienen activos en distintas redes sociales, los datos visualizados en la imagen son sorprendentes ya que la gran cantidad de personas de muchos de los puestos superan la cantidad de naciones enteras alrededor del mundo, si se quisiera dimensionar con mayor claridad esto solamente los usuarios del último puesto de la red social con más usuarios activos en el mundo es de 498 millones, mientras que la población de dicho país que es México se cuenta con poco más de 128 millones de personas habitando la correspondiente nación. (Statista Research Department, 2021)

Tomando en cuenta que somos la décima nación con más población en el mundo nos supera una red social en usuarios. (Roa, 2021)

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	



Ilustración 11. Gráfica que muestra la cantidad de usuarios activos en distintas redes sociales en el mundo
Con esta gráfica se puede dimensionar de la influencia de las redes sociales como captadores de personas las cuales interactúan activamente en alguna de las mostradas en la gráfica. (Naranjo, 2021)

2.7 Redes sociales más populares en México

Con relación a lo presentado con antelación de la perspectiva global con el caso de dicho país no es tan distinto, solamente que en México aparecen otras redes sociales que son más populares en esta área demográfica.

Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México en enero de 2021

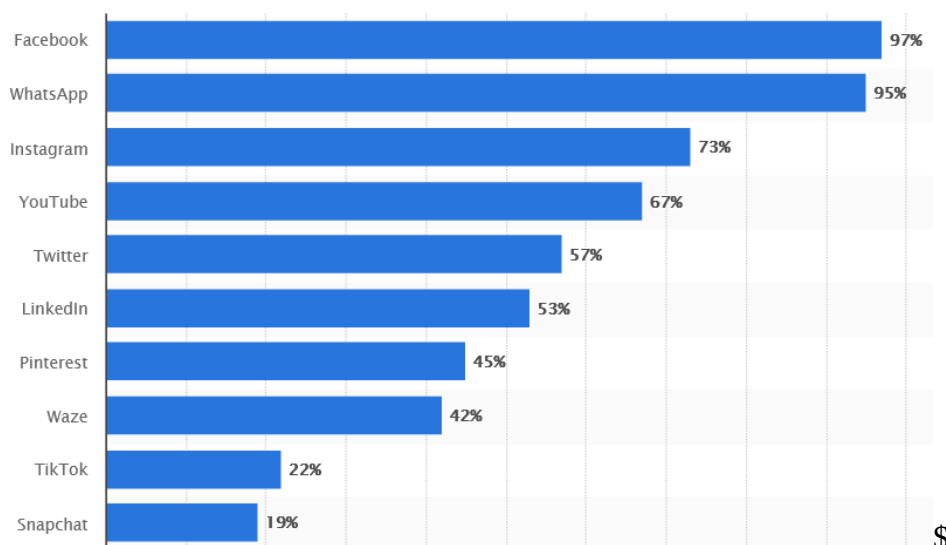


Ilustración 12. Gráfica de con más usuarios en las redes sociales de México 2021

Se puede apreciar que en el caso de México y el mundo Facebook domina por la cantidad de usuarios que emplean esta red social, mientras que las diferencias más notorias que se aprecian entre ambas gráficas son el orden en cual están y que en el caso de este país aparecen redes sociales las cuales a nivel mundial no tienen tanta relevancia como si lo tiene en el territorio mexicano, en este caso esas redes sociales son LinkedIn, Pinterest y Waze las cuales son ampliamente usadas en nuestro país, pero no es el caso del mundo. El saber acoplar estas redes sociales a un medio adecuado de promoción y divulgación del comercio electrónico es un sector interesante y necesario en el cual las múltiples empresas se adapten e incorporen las redes sociales como medio de publicidad y captación de clientes a sus productos y servicios que ofrezcan. (Statista Research Department, 2021)

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

2.8 Características de las redes sociales

Las redes sociales ofrecen distintas oportunidades las cuales pueden beneficiar y ser capaces de brindar a las personas que las emplean, algunas de estas características son las siguientes:

2.8.1 Conectividad

Gracias a las redes sociales, personas que se encuentran en países diferentes pueden mantener un contacto cercano. Se crean así vínculos entre individuos, que pueden conocerse o no, y entre grupos de personas que comparten intereses comunes. La conectividad no queda limitada entre estas, sino que es posible agregar o seguir a cualquier persona que así lo decida.

2.8.2 Interacción

La interacción o engagement es una de las características más importantes de las redes sociales. Las publicaciones permiten a los usuarios expresarse y establecer diálogos. Así, las empresas pueden conocer la opinión de la audiencia y contactar directamente con su público objetivo para mejorar las relaciones.

2.8.3 Personalización

Cada red social cuenta con su propia configuración y son ajustables en función de las preferencias de cada persona. Así, un perfil podrá ser desde completamente público hasta tener un grado elevado de privacidad.

2.8.4 Tiempo real

Las redes sociales son un tipo de mensajería instantánea, que permiten la entrega de mensajes a tiempo real. De este modo, es posible mantener una interacción continua entre las personas que tengan activadas esas notificaciones concretas.

2.8.5 Viralidad

Un término que se ha convertido en popular es el de la viralidad. Significa que algún tipo de contenido se propaga a gran velocidad a través de las redes sociales. La exhibición exponencial de una publicación resulta muy atractiva para las empresas.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

(MPM Insurance Software Solutions, 2021)

2.9 Descripción de distintas redes sociales

2.9.1 Facebook



Ilustración 13. Logotipo Facebook

- Esta es la red social más versátil y completa. Un lugar para generar negocios, conocer gente, relacionarse con amigos, informarse, divertirse, debatir, entre otras cosas. Para las empresas, es prácticamente imposible no contar con Facebook como aliado en una estrategia de Marketing Digital, ya sea para generar negocios, atraer tráfico o relacionarse con los clientes.

2.9.2 Instagram



Ilustración 14. Logotipo Instagram

- Instagram fue una de las primeras redes sociales exclusivas para acceso móvil. Es cierto que actualmente es posible ver las actualizaciones en desktop, pero el producto está destinado para ser usado en el celular.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Es una red social de compartir fotos y vídeos entre usuarios, con la posibilidad de aplicación de filtros. Originalmente, una peculiaridad de Instagram era la limitación de fotos a un formato cuadrado, imitando las fotografías vintage, como las de cámaras Polaroid.
- En 2012, la aplicación fue adquirida por Facebook por nada menos que mil millones de dólares. Desde su adquisición, la red social ha cambiado bastante y hoy es posible publicar fotos en diferentes proporciones, vídeos, Stories, boomerangs y otros formatos de publicación.

2.9.3 Twitter



Ilustración 15. Logotipo Twitter

- Es cierto que Twitter alcanzó su auge a mediados de 2009 y, desde entonces, está disminuyendo, lo que no quiere decir que todos los públicos dejaron de usar la red social. No es casualidad que la mayoría de los «memes» que explotan en internet generalmente empiezan en 140 caracteres — actualmente ampliado a 280.
- Hoy, Twitter se utiliza principalmente como una segunda pantalla, en la que los usuarios comentan y debaten lo que están viendo en la televisión, publicando comentarios sobre noticias, *reality shows*, juegos de fútbol y otros programas.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

2.9.4 WhatsApp



Ilustración 16. Logotipo WhatsApp

- WhatsApp es la red social de mensajería instantánea más popular. Prácticamente toda la población que tiene un Smartphone tiene también el WhatsApp instalado.
- En 2017, también entró en la moda de los Stories e implementó la funcionalidad, que fue bautizada como “WhatsApp Status”.

2.9.5 YouTube



Ilustración 17. Logotipo YouTube

- YouTube es la principal red social de videos online de la actualidad, con más de 1.000 millones de usuarios activos y más de 500 millones de vídeos visualizados diariamente.
- Fue fundado en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim. El éxito rotundo hizo que la plataforma fuera adquirida por Google al año siguiente, en 2006, por 165 mil millones de dólares.

(RD Station, 2022)

2.10 Primeros pasos en tus redes sociales como empresario, empresa o emprendedor.

El primer aspecto para tener en cuenta es el objetivo de estar en determinada red social. Básicamente, podemos dividir los objetivos en:

- Divulgación de la marca.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Ser un canal de comunicación con los clientes.
- Crear una comunidad fan de tu empresa.
- Educación a través de la difusión de contenido.
- Ventas.

Lo esencial es que sólo un objetivo sea el principal de tu estrategia para tener foco y que el objetivo esté relacionado con el momento de tu empresa.

Lo más importante: esta estrategia puede y debe variar según el tiempo. Si reconoces que tu empresa ha llegado a su objetivo y que la divulgación de la marca ya no es tan importante, el siguiente paso puede ser comenzar a centrarse en las ventas.

Para definir lo que será publicado, es muy importante saber cuál es el objetivo. Pero es importante también variar el tipo de contenido publicado, a fin de siempre generar interés en sus seguidores. Algunos ejemplos:

- Material para la generación de Leads (eBooks, posts del blog, webinars, videos, etc.).
- Vídeos institucionales.
- Posts relacionados con fechas conmemorativas (como navidad).
- Imágenes y GIFs divertidos para interactuar con nuestros seguidores.

(RD Station, 2022)

2.11 Community Manager

Para poder tener un mayor entendimiento con respecto al tema abordado en este apartado en específico se presentará de manera separada el concepto a estudiar, en este caso “Community Manager”.

En primera instancia se definirá el concepto aislado de Manager el cual se tomó la definición por parte del libro titulado como “Essentials of Marketing” en su decima sexta edición.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

“A manager define what business and markets the firm wants to compete in.” (William D. Perreault Jr, 2019)

De manera textual la traducción apropiada para este fragmento tomado del libro sería el siguiente:

“Un gerente (manager) define que negocios y mercados quiere competir la empresa.”

Mientras tanto que “Community” que en español se refiere a comunidad se define de la siguiente manera:

“Una comunidad es un conjunto de individuos que tienen en común diversos elementos, como el territorio que habitan, las tareas, los valores, los roles, el idioma o la religión. También suele ocurrir que las personas se agrupen entre sí de manera voluntaria o espontánea por tener un objetivo en común.” (Equipo editorial, 2020)

Por lo tanto, al momento de enlazar ambos términos se crea “Community Manager” el cual se puede definir de la siguiente manera:

“El Community Manager es el profesional responsable de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans en internet.” (Fuente, 2021)

Con el concepto claro de un “Community Manager” se puede comprender que así se le designa a la persona o puesto el cual ejerce como gestor de las redes sociales de una persona o empresa la cual tiene una comunidad la cual tiene que mantener y aumentar de forma ideal, esta función es más compleja de lo que en un punto de inicio parece, ya que constantemente se pierde en cuenta que la dimensión de personas las cuales puede tener la comunidad puede ir de unas pocas personas hasta los millones, en los casos de celebridades actuales y empresas podemos apreciar que sus comunidades se cuentan por millones y que el trabajo que realizan los Community Manager en la gestión de las redes de estas personalidades y empresas es gigante y que en caso

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

de muchos de ellos no solo se cuenta con una persona que gestiona sus plataformas sino que es un equipo de personas las cuales velan por mantener la comunidad creada y expandirla.

“Una gran capacidad de empatía y comunicación es crítica en el experto de las redes sociales. Dado que su principal función consiste en gestionar una comunidad online implicando a los usuarios si no posee unas buenas dotes de comunicación online va a tener poco que hacer. Además, es fundamental la redacción, tanto para la publicación de copys para las RRSS como para la creación de posts en los blogs corporativos.”
(Fuente, 2021)

Con esto en mente se ve cable la capacidad de la persona encargada de gestionar las redes sociales a su encomienda que necesita ser capaz de comunicar información de forma clara y sobre todo empática ya que se está tratando con personas las cuales sienten y deben sentirse parte de la comunidad a la que decidieron pertenecer y mantener esa lealtad de las personas es clave para la labor de un “Community Manager”.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

CAPÍTULO 3. Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.



Estructura Organizacional

Cámara Nacional de Comercio, Servicio y Turismo de Veracruz

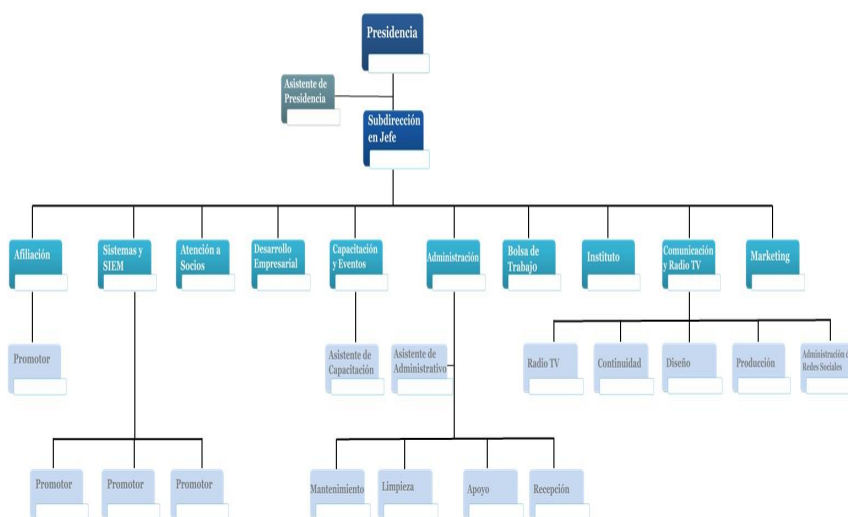


Ilustración 18. Organigrama CANACO

Durante el desarrollo que conlleva este proyecto se menciona que el área en el cual se desempeñaron las funciones relacionadas a la residencia profesional en la CANACO fue el departamento de comunicación e imagen de Radio TV CANACO Digital, durante la estadía que inició desde el día 30 de agosto del 2021 y que inclusive a fecha de hoy cuando se lleva a cabo este documento se sigue laborando en esta, se pueden destacar múltiples actividades en las cuales se participó y enriqueció los conocimientos y habilidades en esta área en la cual se designó.

De las funciones que se desempeñaron durante la estadía y de las primeras las cuales consistieron en el orden y acomodo de material de trabajo el cual se empleaba para múltiples actividades y variaba con relación a la

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

actividad que se llevara a cabo ya fuera por sus características o requerimientos, una lista de estas herramientas son las siguientes:

- Cámara.
- Audífonos.
- Micrófonos.

Se destaca la incorporación de espacios denominados como “set de grabación” en el cual se desempeñó de manera directa en el acomodo y que los recursos con los cuales se contaran para dichas grabaciones fueran aprovechados al máximo, siendo más detallista en este apartado consiste en que se acomodaba a los conductores e invitados a cuadro con la finalidad que al momento de obtener una toma grabación de dichos participantes estos fueran visualizados de la mejor manera, clara y visible, también se colocaban las luces de grabación con la finalidad de aprovechar y maximizar un enfoque apropiado de los participantes de la grabación ya que las luces necesitan un ángulo estratégico y beneficioso para propiciar una toma adecuada al ser grabada, por último y no menos importante se informaba al conductor e invitados cuando se realizaban cortes para comerciales o siguientes bloques que se desarrollaban durante la grabación.

Se grababa al expositor en tiempo y forma conforme a la barra programática semanal que hay en el estudio de los distintos programas que cuenta en el área de comunicación e imagen radio TV CANACO digital.

Hubo participación con relación a la edición de programas, en cuestión se tomaba en cuenta en cuenta las secciones más provechosas que se generaban en las grabaciones y que el expositor necesita ya fuera por los fines pautados en un inicio, estos podrían ser comerciales con un producto en promoción o de generación de marca personal, etc. Estos bloques tenían una duración aproximada de 10 a 15 minutos y solamente se podía

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

colocar un máximo de 3 bloques de este estilo por programa o transmisión en la cual se produjera con fines de publicación.

En este mismo apartado de edición se operaban múltiples aplicaciones o software que permitían colocar enunciados o información necesaria para el público que visualizara la grabación realizada conociera de mejor manera ya fuera los participantes tomados a cuadro, nombres de locaciones, títulos, frases e información varia que se colocaba en cintillos.

Aunado con la sección de edición comentada, también se mantuvo presencia en añadir comerciales de distintos afiliados y marcas que solicitaban publicidad para aparecer en los distintos programas, transmisiones, grabaciones y secciones que la CANACO formaba parte.

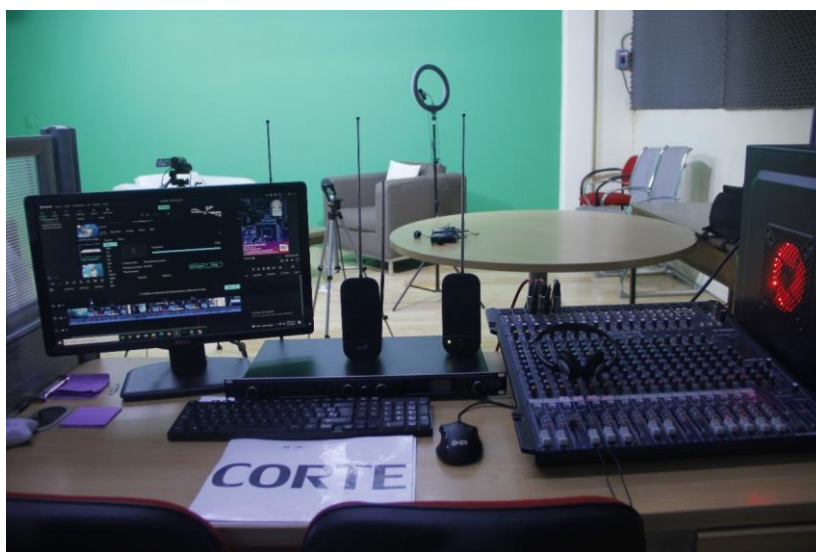


Ilustración 19. Área de trabajo en set de grabación

Una vez culminada la edición de los distintos recursos audiovisuales que se desarrollaban en el área ya mencionada, se programaban lo que serían las fechas de publicación de estas grabaciones en distintas

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

plataformas digiérales como Facebook en su página de radio TV CANACO digital, conforme a los horarios pautados en los cuales se buscaba maximizar el alcance de los videos en los espectadores.

Generalmente se publicaban semanalmente los programas, ya que semanalmente se generan grabaciones con distintos invitados, afiliados, clientes, entre otros individuos, los cuales realizaban grabaciones en el set de grabación por distintos motivos, pero al fin de cuentas se les entregaba un producto acorde a lo requerido y publicado en las distintas plataformas digitales en las cuales el solicitante requiriera, pero siempre de manera paulatina se realizaba en la página de Facebook ya mencionada con antelación.

Se realizaba una sección llamada "CANACO informa" en la cual, esta consistía en mostrar recursos visuales enlazadas con recursos auditivos por medio de la edición, el cual esta sección en específico eran noticias a nivel local relacionadas con los sucesos de la Heroica Ciudad de Veracruz y zonas conurbadas, también se mencionaban datos relevantes a nivel nacional conforme a los sucesos diarios si es que se requería.



Ilustración 20. Set de grabación

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

De manera particular y preventiva se gestionaba un control de todo el contenido creado por medio de herramientas físicas que en este caso fueron los discos duros, los cuales fungían la función de respaldar los proyectos desarrollados o en proceso de desarrollo del área de comunicación e imagen de Radio TV CANACO digital como respaldo debido a que no se podía perder o estropear las horas de trabajo las cuales se habían destinado para el desarrollo de los distintos elementos los cuales se les solicitaban, también se participaba en desarrollar estos respaldos de los distintos proyectos en los cuales se veía involucrado.

Todas las ediciones que se realizaban a los distintos videos se realizaban en el programa denominado Wondershare Filmora y en ocasiones se empleaba la obtención de plantillas de una plataforma digital denominada CANVA, se desempeñó la edición de distintos recursos audiovisuales con el software ya mencionado en distintos proyectos y en ocasiones se era designado para seleccionar plantillas las cuales sirvieran como un recurso visual óptimo.



Ilustración 21. Evento “Expo Feria CANACO buen fin 2021”

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

En el momento en el cual se asignaba al personal el cual tendría que cubrir un evento por parte de la CANACO en el cual se tendría que realizar en un espacio fuera de las instalaciones habituales se tenía que realizar preparativos previos con la finalidad de cubrir dicho evento de la mejor manera, en este caso tocaba el ser requerido con un día de anticipación antes del evento haber hecho pruebas del equipo de sonido, vídeo y transmisión con la finalidad de disminuir el margen de error al momento de transmitir en vivo o generar grabaciones para su posterior edición, la logística y tiempo invertido en estas actividades eran fundamentales para gestionar un evento oportuno y óptimo para todos los involucrados.



Ilustración 22. Desayuno empresarial evento organizado por CANACO

El día designado del evento se llegaba con 1 hora de anticipación por parte del personal el cual participaría como apoyo ya que se requería conectar todo el material de trabajo necesario para las transmisiones, como lo son:

- Cámara.
- Micrófonos.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Luces.
- Cañón (El cual sirve como apoyo para los expositores).

Se evaluaba que este no tuviera un problema que surgiera de último momento he incluso se llevaban equipos de repuestos o elementos extras los cuales podrían cambiarse de ser necesario.

Así mismo se brindaba el apoyo a otras áreas que así lo requieran, se tiene muy marcado el trabajo en equipo por parte de la CANACO, en donde siempre la relación con los compañeros de área y de otras siempre fue de solidaridad y respeto entre todos.

El equipo empleado en los distintos eventos era montado con la finalidad de tener un orden visual y estratégico, ya que las tomas realizadas en las transmisiones son frente a la mesa del presídium de los participantes o invitado que la compongan y se debía tener ángulos variados los cuales los abarcaran e inclusive tomar vistas del espacio de externo el cual componía otras zonas del evento como lo podrían ser los espectadores de ser necesario.



Ilustración 23. Presídium "Expo Feria CANACO Buen fin 2021"

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

En todo momento se buscaba encontrar y tener una toma centrada la cual como característica primordial era un buen enfoque, para lograr brindar una buena transmisión en Radio TV CANACO Digital y las múltiples plataformas en las cuales llegara el alcance de la grabación o en vivo que se esté llevando a cabo, y así ser atractivo ante el amplio público de las distintas redes sociales en las cuales se nos estuviera sintonizando y apreciando los eventos que se cubrieran o realizara por parte de la CANACO.

Una particularidad que se realizaba en las actividades de estos eventos era la grabación de entrevistas a los distintos afiliados e invitados los cuales asistían a los eventos y en algunas ocasiones al mismo personal que participaba en llevar a cabo el evento se le realizaban dichas entrevistas, cabe destacar y señalar con mucho énfasis que en algunas ocasiones personalmente se conducía y dirigía dichas entrevistas mencionadas.

Una vez que los eventos cubiertos habían finalizado se tenía que levantar el material y equipo de trabajo que se hubiera empleado durante la cobertura realizada por el equipo del área de Radio TV CANACO Digital o de otras áreas involucradas durante el evento, una vez recogido todo se proseguía a regresar al estudio de Radio TV CANACO Digital para preparar el uso del material obtenido durante las grabaciones de los eventos cubiertos con la finalidad de emplearlos posteriormente con distintos propósitos los cuales variaban según la necesidad ya fuera de la propia CANACO o del cliente o afiliado que así lo requiriera.

En el estudio se realizaba una selección de las mejores fotografías tomadas durante el evento cubierto, para posteriormente generar contenido como publicaciones en distintas redes sociales con la finalidad de brindar información de la misma CANACO, clientes, afiliados o de interés general que fuera relevante para publicarlos.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

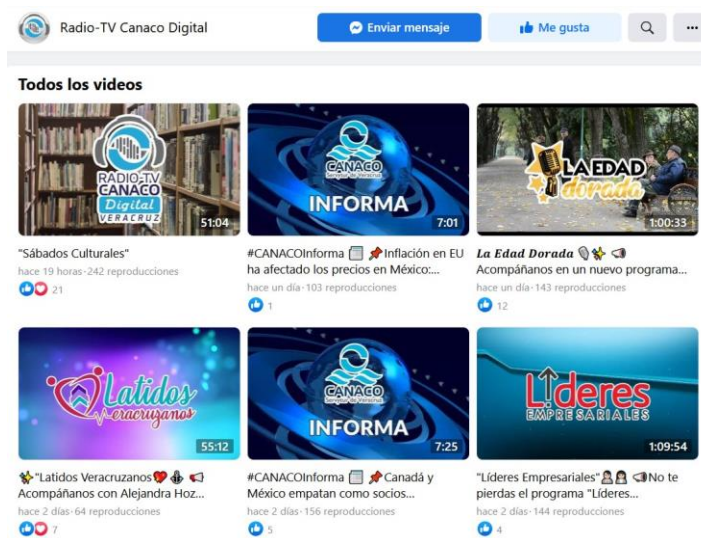


Ilustración 24. Portal de Facebook Radio TV CANACO Digital

Siempre de ser posible se realizaba una junta de análisis de evaluación en la cual los participantes de cubrir el evento comentaban sus experiencias y el desempeño durante dicho evento que se había realizado, tomando en cuenta todos los comentarios para que en posteriores eventos se pudiera mejorar la cobertura de futuros eventos, esta práctica de juntas las cuales retroalimentaban al equipo de trabajo nutrían positivamente el desempeño de nuestro trabajo ya que no se buscaban culpables o fallas, sino maneras nuevas de gestionar nuestro papel en el trabajo de manera óptima no solo para la CANACO o clientes, sino para la misma área de Radio TV CANACO Digital.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	



Ilustración 25. Cobertura de evento de CANACO

La variedad de eventos en los cuales la CANACO participa y realiza son variados, es por ello por lo que el equipo del área de Radio TV CANACO Digital está preparado y capacitado en el desempeño de sus funciones en las múltiples circunstancias en las cuales se vea envuelto, la particularidad de gestionar sus labores son de vital importancia ya que con este departamento se crean y editan la información que posteriormente se publicara en las diversas plataformas que se requiera.

Ya se han eventos a luz del día o nocturnos los cuales pueden durar un par de horas o inclusive días, el equipo de esta área llevara a cabo la cobertura del evento el cual se le encomiende, sea en el interior de un salón o a la intemperie en una locación popular y concurrida como lo sería el zócalo de la ciudad de Veracruz e incluso en estudios enfocados en la grabación, sin importar en donde se les soliciten el trabajo será llevado a cabo y los retos que conlleva esto serán superados con la finalidad de crear contenido que ayude a la fomentación de los servicios y del turismo en la economía local.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	



Ilustración 26. Cobertura de evento de CANACO

Todas las actividades realizadas y encomendadas fueron supervisadas por la subdirectora de comunicación e imagen Marisela Cruz Ramírez quien fungía como la jefa inmediata a la cual se le tenía que presentar todo el progreso de las acciones desempeñadas durante la estadía de la práctica profesional en la CANACO.



Ilustración 27. Equipo de trabajo CANACO

El círculo de trabajo con el cual se desarrollan las actividades más habituales son 4 compañeros de ayuda a desempeñar las labores, son los siguientes:

En el caso de Teresa Nanto:

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Se crean boletines con fines institucionales en los cuales se pasa información de la CANACO destinado a distintos empresarios por medio de la plataforma que solos dichos miembros pueden ver y las personas que visualicen o sigan el portal de radio TV CANACO digital.
- La creación de carpetas en las cuales se depositan evidencias con relación de entrevistas realizadas a distintos invitados o personalidades y eventos cubiertos por parte de la CANACO, con esta información señalada con anterioridad el mismo presidente de la institución genera un informe para presentar la información en artículos, fotos y videos que residen en dicha carpeta.
- Se cubren los eventos en los cuales el presidente de la CANACO participa apoyando con el audio, vídeo y fotos que se requieran durante alguna presentación que se requiera durante una participación de él y así mismo la realización de entrevistas a empresarios y emprendedores afiliados en dichos eventos.
- Se procura generar una orientación honesta y responsable a todos los afiliados sobre cuáles y cómo utilizar los paquetes de publicidad y medios digitales que estos adquieran o se interesaren para una futura adquisición y servicios a los cuales tienen derecho cuando solicitan uno.

De la misma manera se participó en las actividades que el compañero Emanuel Palomino ejecuta:

- Se realiza una gestión constante, mantener en funcionamiento y actualizar la información de la página oficial de CANACO Veracruz (<https://www.canacoveracruz.com.mx/>).
- El mantener un seguimiento constante de las publicaciones realizadas con un especial interés y enfoque en los videos de Facebook y posteriormente los programas que son compartidos ahí son subidos en la plataforma de YouTube.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Se generan flyers los cuales van destinados a distintas redes sociales a las cuales se indiquen con antelación, principalmente la información de dichos flyers son anuncios que comunican programas los cuales estén próximos a publicarse para atraer una mayor audiencia e interés por adelantado.

Con el compañero de trabajo Sebastián de Jesús Hernández se apoya con las actividades a continuación señaladas:

- Se encargan de desarrollar un programa con las publicaciones de CANACO Servytur de Facebook, Sebastián es la persona la cual señala la fecha en la cual se debe publicar dicha publicación.
- Por medio del programa de edición Filmora se crean las ediciones que aparecen en los distintos programas desarrolladas en la CANACO y es trabajo de ambos llevar a cabo las ediciones correspondientes al recurso audiovisual requerido por un cliente, empresario, emprendedor, afiliado o la misma CANACO.
- Se genera las tomas de la grabación la cual puede ser producida dentro y fuera del set de grabación al igual que se toman las fotos al cubrir algún evento en donde la CANACO forme parte, ambos recursos son empleados para distintos usos y fines que posteriormente se requieran.

Con relación a Luis Javier Mendoza se emplea la gestión y realización de las siguientes actividades:

- Participación de 8 programas en los cuales sus labores radican desde la coordinación de grabar dicho programa en cuestión como el horario en el cual se deberá producir y publicar, los demás que se abordaran durante el programa, los invitados que con el tema designado deberán ser solicitados para enriquecer el contenido a grabar, el acomodo adecuado del set, así mismo de las herramientas que se emplearan para llevar a cabo dicho programa como luces, micrófonos, cámaras, entre otros.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	<i>Portada del Proyecto de Residencias Profesionales</i>	

- En la edición se emplea el software ya mencionado con anterioridad en donde se realizan las adecuaciones audiovisuales necesarias para que el espectador pueda apreciarlo bien y que los afiliados o cliente en cuestión puedan presentar sus productos o servicios a su conveniencia.
- Se cubren los distintos eventos en el cual se llevan a cabo la transmisión en vivo por distintas redes sociales en los cuales la CANACO participa, dentro de sus propias instalaciones o inclusive fuera de estas.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

CAPÍTULO 4. Resultados, planos, graficas, prototipos y programas.

Radio TV CANACO Digital a través de sus diversas cuentas en redes sociales puede ser un medio de comunicación que permita llegar a los empresarios y emprendedores de Veracruz, logrando captar su interés con buen contenido para ofrecerles las soluciones que CANACO ofrece a sus afiliados, dentro del primer análisis de redes sociales se descubrió lo siguiente:

- Interacciones altas en algunas publicaciones generados por contenidos que no son propios de Radio TV Canaco Digital.
- Poco interés en los temas publicados de la Canaco ya que los formatos y contenidos no son los más adecuados para conectar a la audiencia que se busca.
- Sin catálogo de productos y servicios en Facebook e Instagram.
- Poco contenido en video atractivo
- Uso moderado del logo e imagen corporativa, se tiene que mejorar el uso del logo en las artes que se publiquen ya que esto será muy bueno para la imagen del feed
- Crecimiento lento en cuanto a likes aun con los esfuerzos que se realizan constantemente

Objetivos:

¿Qué se quiere lograr?

- Generar presencia de marca en Redes Sociales para poder dar difusión al trabajo y servicios que se ofrecen para los empresarios y emprendedores del puerto de Veracruz.
- Aumentar los afiliados por este canal de comunicación usándolo de manera efectiva para llegar al público correcto.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Mejorar el posicionamiento de marca con un buen plan de contenidos que ayudara a captar la atención de los usuarios que realmente interesan.
- Crear una línea grafica que defina el ADN de Radio TV Canaco Digital para identificarse en las distintas redes sociales y que las personas ubiquen dichas redes por algo en específico cuando se publique contenido.
- Desarrollar una estrategia de contenidos que permita educar, seducir y conseguir más afiliados, habrá una constante evolución para crear contenidos efectivos que lleven a una acción de la audiencia.

Acciones:

Lo que se debe hacer al tomar la gestión del departamento de redes sociales de Radio TV Canaco Digital.

- Redefinir línea gráfica: se refiere a crear una identidad visual que permita a los seguidores identificar el trabajo en cada publicación.
- Aumentar interesados para una posterior afiliación a la Canaco, para ello el contenido atractivo ayudara a lograr este punto.
- Generar tráfico en la web para que los interesados puedan ampliar mejor su conocimiento sobre lo que se hace en Canaco.
- Activar E-commerce / Mandar a WhatsApp para crear un soporte y un departamento de atención al usuario y con esto mantenerse más conectado con la audiencia.
- Aumentar la visibilidad en redes sociales para que la gente conozca el trabajo que se realiza y lo que se hace para los empresarios y emprendedores del puerto de Veracruz.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Las acciones adecuadas por parte de los empresarios y empresas permitirán lo siguiente:

1. REDES SOCIALES BIEN APROVECHADAS.
2. NUEVAS AUDIENCIAS.
3. MEJOR POSICIONAMIENTO.
4. INTERÉS POR LA MARCA.
5. MÁS AFILIADOS.

Las estrategias propuestas a implementar en las tres redes sociales más importantes e influyentes son las siguientes:

- Facebook

Seguidores: 11208

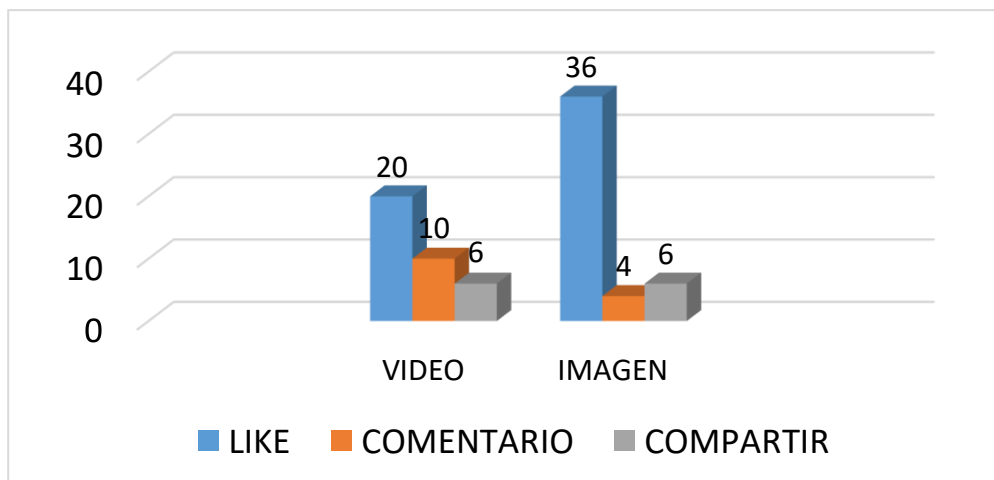
Interacciones Promedio: 30 a las 120

Contenido: Frases, Institucional, Reflexiones, Datos Curiosos



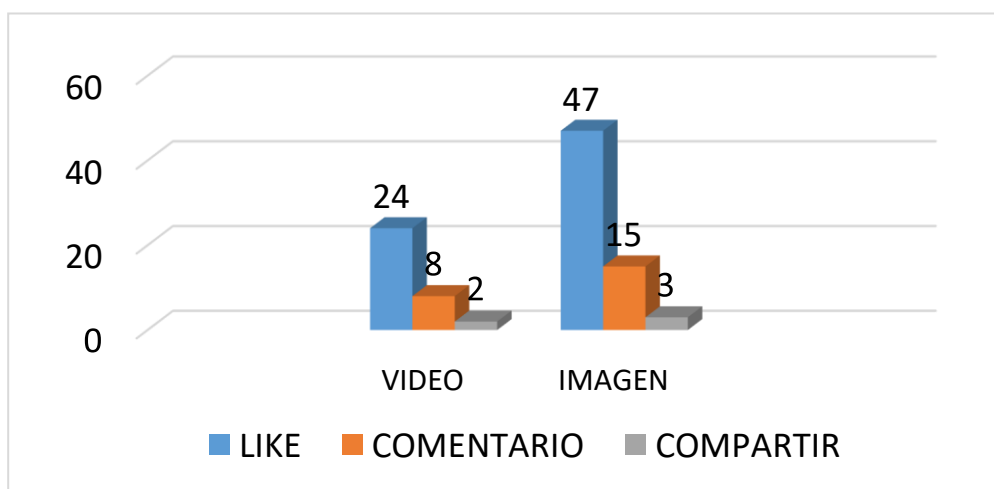
Ilustración 28. Seguidores Totales Facebook

Muestra la segmentación del contenido Frases que Radio TV Canaco Digital emite en la página de Facebook tomando en cuenta el promedio de interacciones.



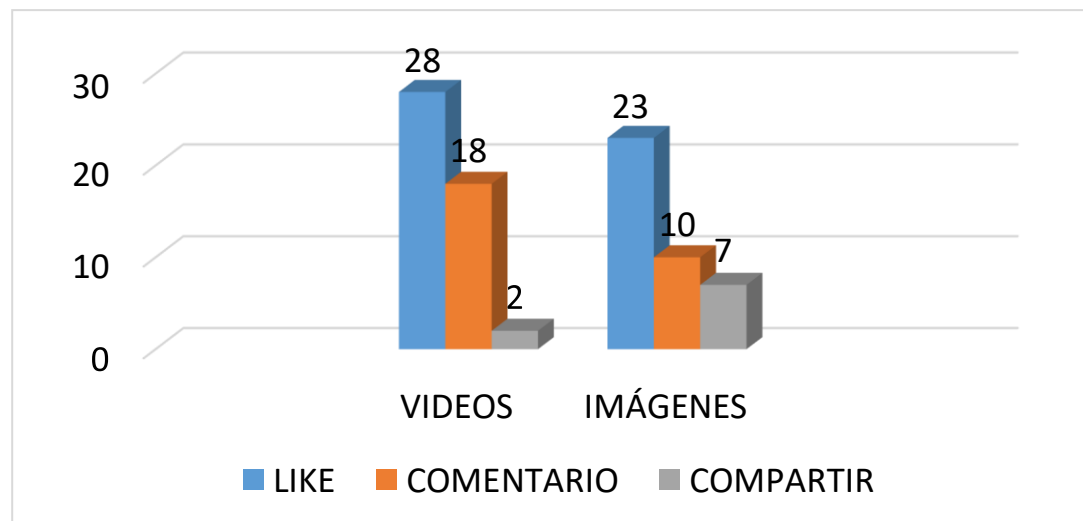
Gráfica 1. INTERACCIONES FRASES

Muestra la segmentación del contenido Institucional que Radio TV Canaco Digital emite en la página de Facebook tomando en cuenta el promedio de interacciones.



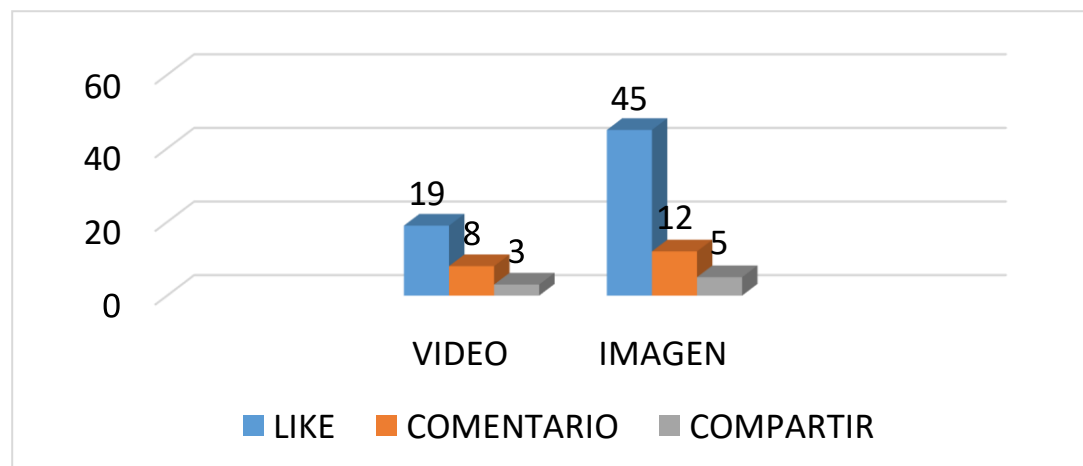
Gráfica 2. INTERACCIONES INSTITUCIONAL

Muestra la segmentación del contenido Reflexiones que Radio TV Canaco Digital emite en la página de Facebook tomando en cuenta el promedio de interacciones.



Gráfica 3. INTERACCIONES REFLEXIONES

Muestra la segmentación del contenido Datos Curiosos que Radio TV Canaco Digital emite en la página de Facebook tomando en cuenta el promedio de interacciones.



Gráfica 4. INTERACCIONES DATOS CURIOSOS

- Instagram:

Seguidores: 371

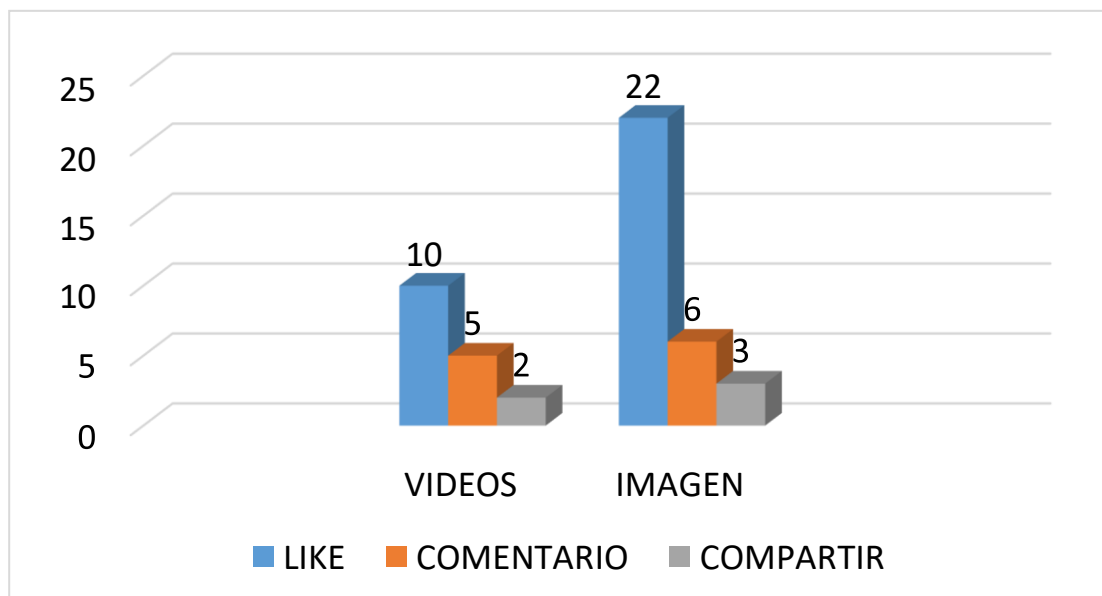
Interacciones Promedio: 2 a 65

Contenido: Eventos Canaco, Reflexiones, Curiosidades



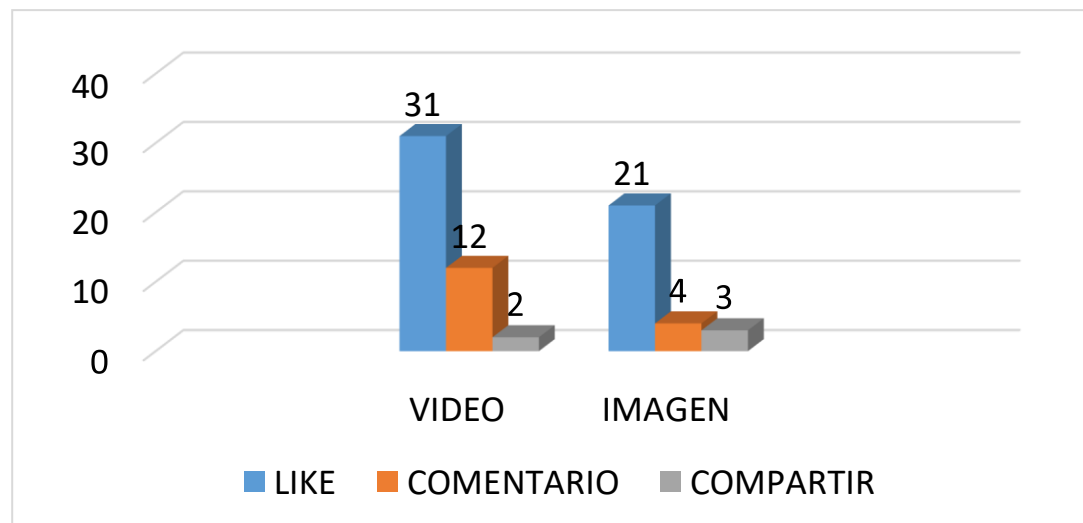
Ilustración. 29 seguidores totales de Instagram

Muestra la segmentación del contenido Eventos Canaco que Radio TV Canaco Digital emite en la página de Instagram tomando en cuenta el promedio de interacciones.



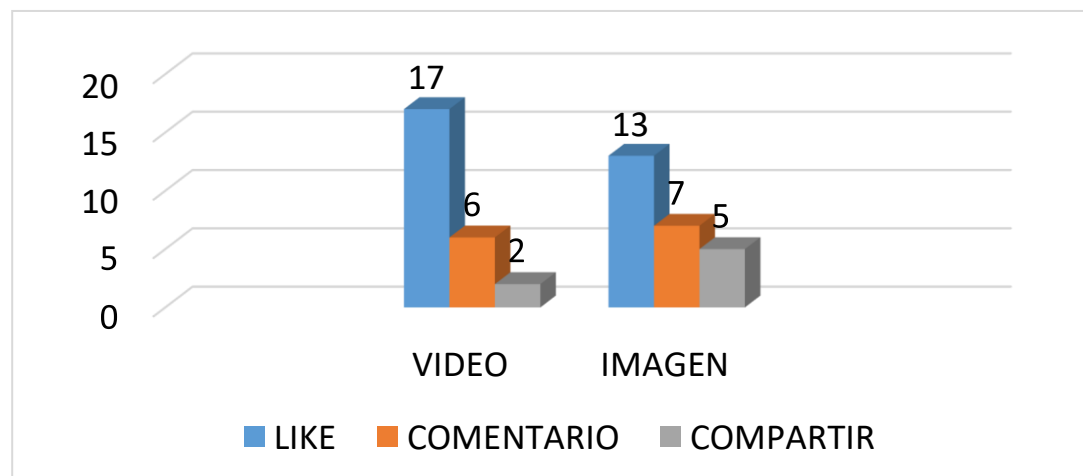
Gráfica 5. INTERACCIONES EVENTOS CANACO

Muestra la segmentación del contenido Reflexiones que Radio TV Canaco emite en la página de Instagram tomando en cuenta el promedio de interacciones.



Gráfica 6. INTERACCIONES REFLEXIONES

Muestra la segmentación del contenido Curiosidades que Radio TV Canaco emite en la página de Instagram tomando en cuenta el promedio de interacciones.



Gráfica 7. INTERACCIONES CURIOSIDADES

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

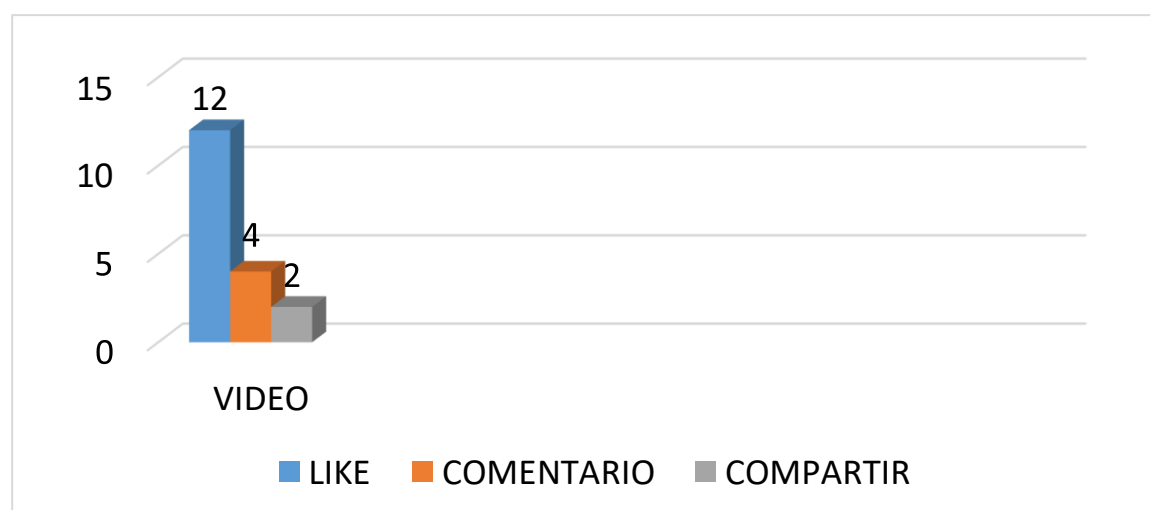
- YouTube:

Seguidores: 77

Interacciones promedio: 2 a 57

Contenido: Eventos Canaco, TIPS, Desarrollo empresarial

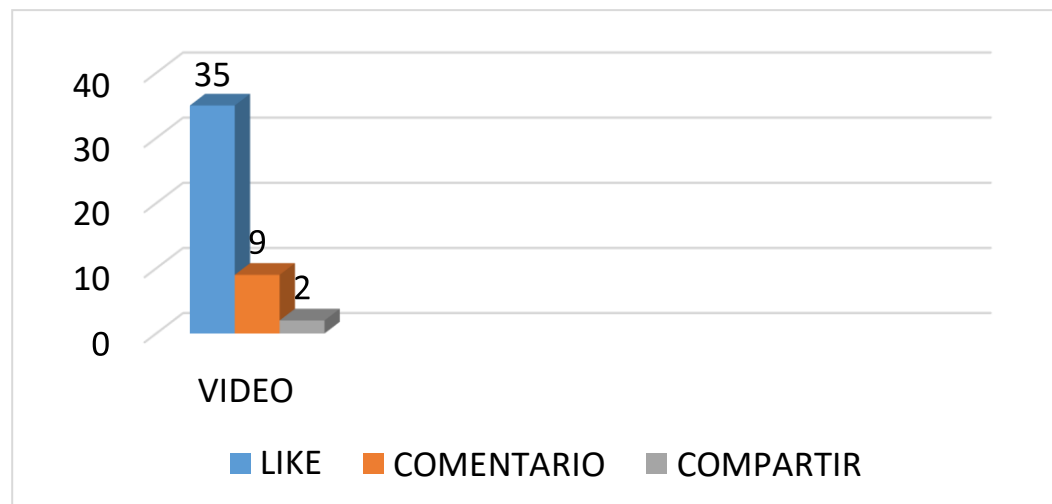
Muestra la segmentación del contenido Eventos Canaco que Radio TV Canaco Digital emite en el canal de YouTube tomando en cuenta el promedio de interacciones.



Gráfica 8. INTERACCIONES EVENTOS CANACO

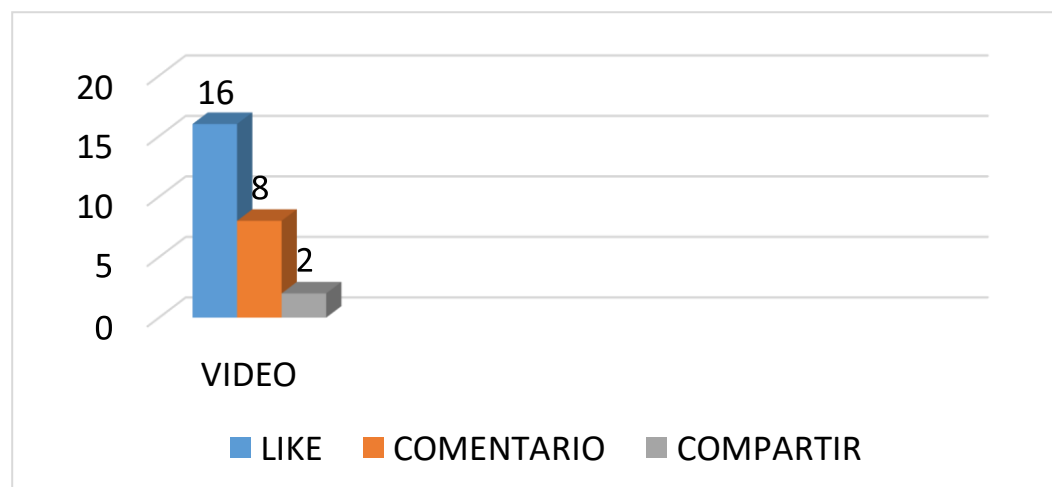
 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Muestra la segmentación del contenido TIPS que Radio TV Canaco Digital emite en el canal de YouTube tomando en cuenta el promedio de interacción.



Gráfica 9. INTERACCIONES TIPS

Muestra la segmentación del contenido Desarrollo Empresarial que Radio TV Canaco Digital emite en el canal de YouTube tomando en cuenta el promedio de interacción.



Gráfica 10. INTERACCIONES DESARROLLO EMPRESARIAL

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Se tiene establecido crear 3 campañas de contenidos:

Facebook:

- Educativo joven: Frecuencia de contenido pensado para educar a los jóvenes que quieren emprender, pero no saben cómo hacerlo.
- Empresarial aspiracional: A todos le encanta proyectar una vida de éxito y mostrar lo exitosos que son los socios dará un motivo muy fuerte para querer ser parte de la CANACO.
- Socios CANACO: Reforzando la parte aspiracional se mostrará todos los beneficios de estar dentro de la CANACO.

Instagram:

- Testing de formatos y contenidos, bajo el enfoque de la campaña de Facebook se crearán contenidos con diferentes formatos, videos, galerías, stories, para conocer el formato más adecuado para dirigirnos a la audiencia.

YouTube:

- Sobre la campaña, historias de emprendedores y socios de CANACO “inspiracionales” cómo llegaron a ser lo que son. Con la finalidad de probar y mejorar la comunicación gráfica y escrita, esto validando las interacciones generadas durante el primer mes del reajuste.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Derivado de este análisis podemos resaltar que también es importante:

- Mejorar el posicionamiento por medio de redes sociales: Aprovechando las plataformas con buen contenido y una campaña bien segmentada.
- Diversificar los contenidos para cada red social: De esta manera será más fácil comunicar un mensaje importante a la audiencia.
- Darle soporte a los socios e identidad a los agentes con estas herramientas: Esto dará una mejor experiencia al usuario lo que hará que quiere involucrase más.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Interacciones:

Estos son los resultados generados por las acciones que hasta el día de hoy se han llevado a cabo para la gestión de redes sociales, se ponen los datos de Facebook e Instagram porque son las plataformas con mejor alcance y resultados.

Se tomarán estos datos en cuenta para dejarlos como punto de partida para una proyección del primer mes con esta nueva estrategia digital.

- Facebook:

Crecimiento promedio mensual:

300 +

Alcance promedio mensual

20,222 - 10,000

Publicaciones por mes

15-31

Rendimiento de publicaciones

1-150

Interacciones totales

6,477



Gráfica 11. INTERACCIONES ACTUALES FACEBOOK

- Instagram

Crecimiento promedio mensual:

10 +

Alcance promedio mensual

10,000 - 65,000

Publicaciones por mes

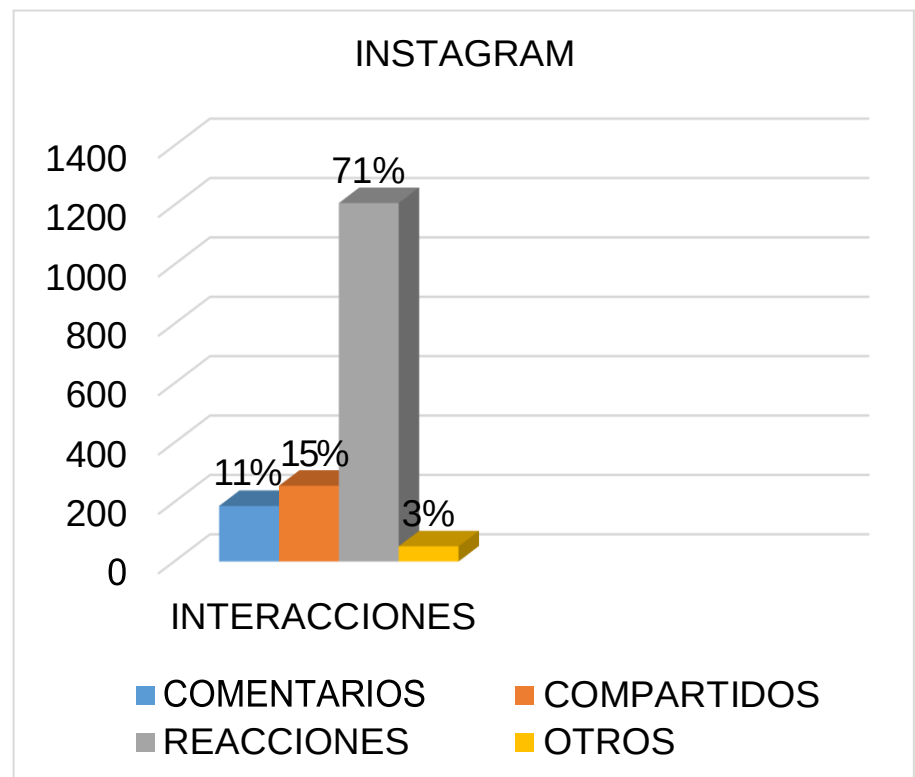
15-31

Rendimiento de publicaciones

1-50

Interacciones totales

1700



Gráfica 12. INTERACCIONES ACTUALES INSTAGRAM

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Con una estrategia como la que se plantea, con un presupuesto medurado se lograrán alcances y resultados muy buenos, basado en estas métricas proyectando el trabajo y el crecimiento sobre el primer mes sería de esta manera.

- Facebook:

Crecimiento promedio mensual:

600 +

Alcance promedio mensual

50,000 - 20,000

Publicaciones por mes

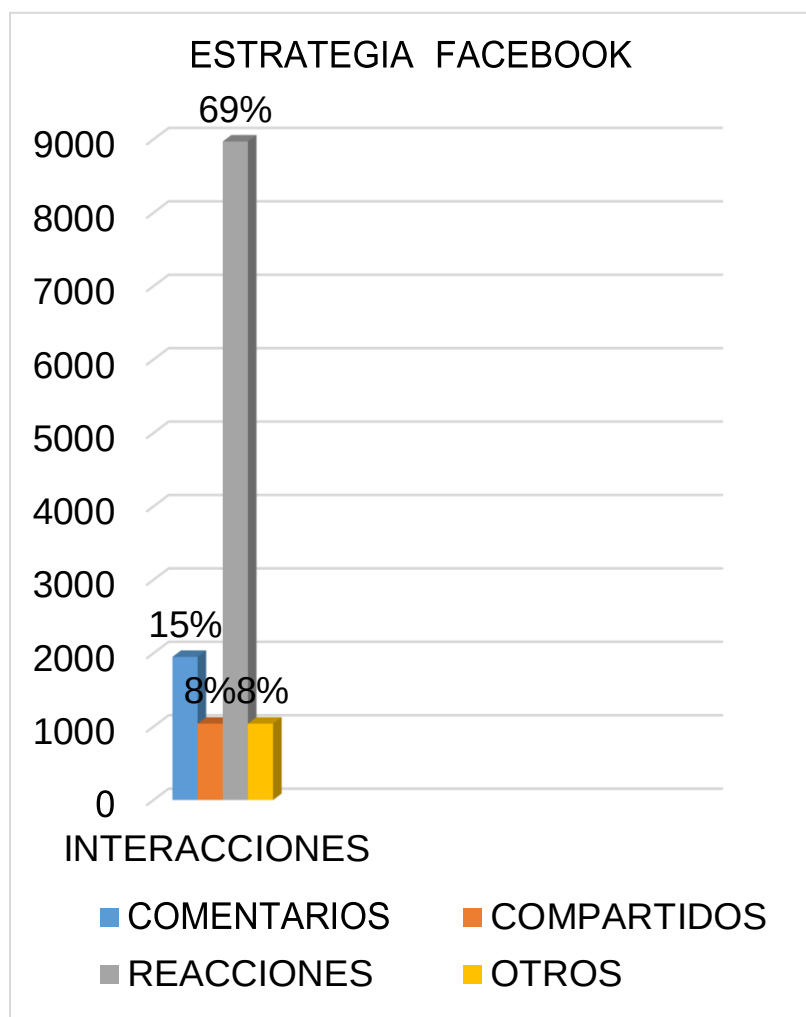
15

Rendimiento de publicaciones

150-500

Interacciones totales

13,000



Gráfica 13. INTERACCIONES FACEBOOK CON ESTRATEGIA

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Instagram:

Crecimiento promedio mensual:

150 +

Alcance promedio mensual

65,000 - 250,000

Publicaciones por mes

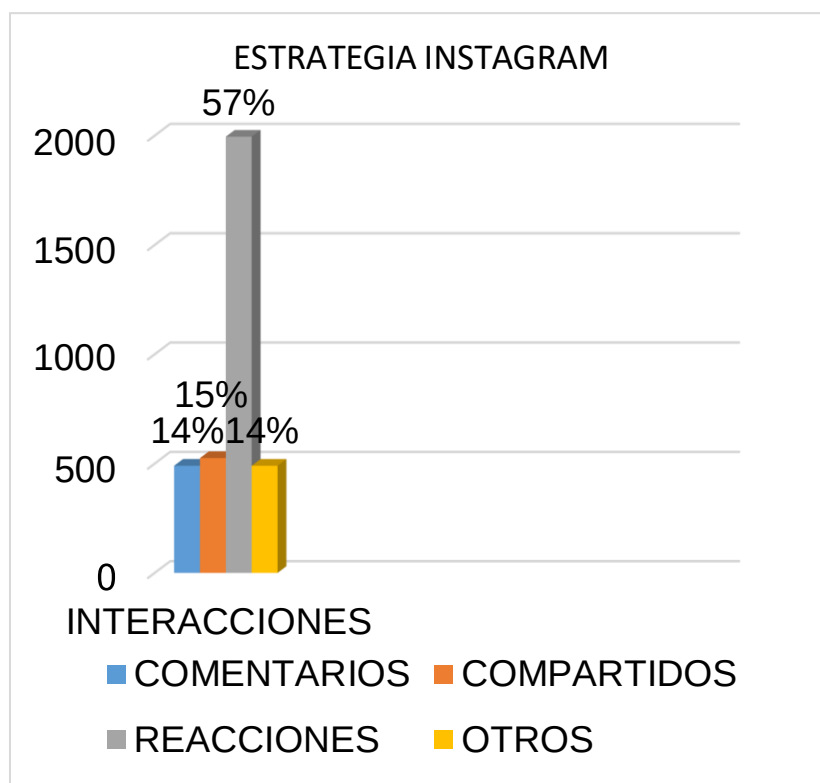
11 feed + 5 reels & 5 stories

Rendimiento de publicaciones

50 - 500

Interacciones totales

3500



Gráfica 14. INTERACCIONES INSTAGRAM CON ESTRATEGIA

Como se puede notar el crecimiento es casi del doble, ya que en este apartado se tendría que invertir un aproximado de \$5,300 para tener campañas con buen rendimiento e interacciones, lo que también ayudaría a tener seguidores más segmentados y enfocados a lo que buscamos.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Cliente ideal.

Público General

- Hombres y mujeres
- Desde los 18 a los 35 años
- Buscan contenido para aprender
- Siguen páginas de emprendedores y negocios
- Buscan consejos en internet
- Estudiantes y entusiastas de empezar a emprender

Emprendedores y posibles socios

- Hombres y mujeres
- Desde los 24 a los 45 años
- Viven en Veracruz
- Gestionan un negocio, empresa
- Quieren ampliar su círculo de RP
- Interesados en temas de publicidad, marketing y negocios
- Buscan expos y eventos para networking

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Empresarios y socios

- Hombres y mujeres
- 32 a los 65 años
- Empresarios
- Afiliados a clubs
- Interesados por aumentar su cartera de contactos
- Buscan espacios para mejorar su personal branding
- Usan espacios para juntas y capacitaciones.

- 3 nuevas líneas de comunicación

Para poder llegar a más personas de una forma más efectiva se detectaron 3 tipos de públicos que permitirán posicionarse, generar lealtad y nuevos clientes, estos tres públicos tendrán contenido diferente en función de sus características de consumo y demográficas.

A) Amplio (Todo tipo de interesados en temas de negocios y afines)

Hombres y Mujeres

De 20 a los 45 años

Mexicanos

Preocupados por mejorar su emprendimiento y ser asesorados por personas que ya estén emprendiendo.

Interesados en temas de Marketing, negocios y educación financiera

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

B) Emprendedores y empresarios veracruzanos

Hombres y Mujeres

Desde los 30 a los 45 años

En busca de una comunidad para hacer crecer su Networkig

C) Socios (Directivos, Líderes de proyecto, corporativo)

Hombres y mujeres

De 35 a 75 años

Personas experimentas, que buscan darles protección a sus empleados, a sus clientes y a su negocio, son personas astutas y numéricas, siempre buscan una buena oferta.

- Para una estrategia más efectiva:

Crear identidad: se empezará usando una voz que dé seguridad, sin género, solo que al hablar trasmita seguridad, se pretende proyectar una imagen neutra para poder conectar con más personas.

Evolucionar la voz: Una vez que se detecte cuál es el estilo de voz adecuado y cuál es el tipo de comunicación que más funciona, se empezará a formar una voz ideal.

Mantener el estilo: Una vez que se encuentre la voz de marca, se mantendrá el formato y evolucionará el estilo para mantener una imagen de marca.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Voz de marca:

La voz será la de un empresario enérgico y tendrá las siguientes características:

- Emprendedor
- Marketero
- Empresario sensible
- Agradable
- Líder
- Intelectual
- Amistoso
- Audaz
- Sociable

Se van integrando más aspectos según evolucione la estrategia, estos elementos son para que los copies se puedan acompañar con estos elementos, con la finalidad de que los mensajes sean más efectivos y tengan un mejor resultado cuando se les añada presupuesto.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Proceso para lograr objetivos:

1.- Exploración:

Al inicio de la gestión, la misión es construir una comunidad con contenido atractivo y divertido que permita conocer la audiencia que se tiene, se crearán tópicos interesantes para hacer que la audiencia empiece a crecer, así como las interacciones en las publicaciones, de esta manera la comunicación será más eficiente, atractiva y sustentable.

2.- Relanzamiento y crecimiento

Cuando se logre captar la atención de la comunidad se da inicio con el relanzamiento del producto de una forma discreta, es decir, en consejos señalan cómo benefician los paquetes, esto se puede hacer a través de infografías, frases, memes, galerías.

3.-Posicionamiento y ventas

Una vez que se detecte la frecuencia de interacción y los posteos más destacados, se comenzará a trabajar en tópicos orientados a generar ventas específicas y cada publicación podrá tener una función estratégica. Además, ya teniendo un público probado se podrán generar campañas de ADS más atractivas y eficientes para los usuarios, de manera que se podrá canalizar a WhatsApp/web más rápido.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- ¿Qué se puede ofrecer al público?

Conocimiento:

- Cómo ser un buen emprendedor/empresario
- Crear negocios sólidos y darle más plusvalía a Veracruz
- Crear personas eficientes que produzcan empleos
- Elementos para hacer más grande el emprendimiento / negocio
- Boletines de los acontecimientos y eventos importantes de la CANACO

Motivación y aspiraciones:

- Mostrar que existe una comunidad con un excelente Networking
- Darle un valor emocional a ser parte de la CANACO
- Resaltar los servicios como una manera de hacer mejor los negocios
- Mostrar personas exitosas y contentas en los videos, para que la audiencia aspire a ser como nosotros.

- Tópicos:

Los tópicos ayudarán a crea una parrilla de contenidos más interesante y enfocada a los resultados que desde un principio hemos establecido, estos tópicos permiten funcionar como una revista, dando a los lectores contenido de calidad e información que los lleva a conocer más sobre la marca.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Interactivos: Posteo que llaman la atención a la acción, se buscan shares, reacciones, comentarios y por supuesto, ventas.

De tendencia: Subirse al tren de las tendencias puede ser toda una hazaña, pero la marca lo necesita y lo hace.

Servicio: Ayudará a resaltar las cualidades, ventajas y de qué va el servicio en general, así como paquetes y costos, aquí se fusionará con contenido de tendencia fusionado con el servicio para su pauta.

Frases e institucionales: El toque aspiracional que permitirá llegar a diferentes públicos. Se probará cual es el más redituable para nosotros.

De manera que la distribución de contenidos siendo la fase 1, quedaría así:

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
FB: Interactivo de tendencia		FB: Frases CANACO		Programa de radio
	IG: Reel negocios CANACO		IG: Servicios para socios	Programa de radio
Programa de radio	Programa de radio	Programa de radio	Programa de radio	DO

Ilustración 30. Parrilla de contenido.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- La fase 2 se construye sobre los resultados obtenidos en la primera parrilla de contenido, esta planificación está pensada para empezar a levantar la audiencia que existe hasta el día que se ponga en marcha la estrategia.

Para esta fase los contenidos estarán pensados para:

- Aumentar seguidores
- Aumentar posicionamiento de marca
- Empezar a generar visitas al sitio web

- Mensajes efectivos

Para asegurarse que los contenidos sean altamente efectivos se crearan las publicaciones bajo este esquema de construcción:

Información útil:

- Información que sea fácil de entender y que sea para todo público.
- Mensajes correctos para aumentar la difusión de nuestro contenido

Lenguaje amable y cercano:

Se creará una voz de marca que los haga sentir especiales y que los invite a interactuar con las redes sociales de CANACO, que resuelvan sus dudas y que se interesen por el trabajo de dicha organización.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Mensajes virales:

- Mensajes con los que la gente se sienta identificada, estos serán para un público general y ayudará a tener más impacto

Manejo de pautas:

Se solicita un presupuesto de \$5,300, para distribuirlo de la siguiente manera en Facebook e Instagram:

- Boost post 30%
- Campaña de leads 50%
- Campaña de likes 20%

Asegurando que se lograrán los alcances y métricas que se puso en la sección de proyección, a continuación, se pondrán ejemplos de algunas de las campañas que se mantendrán activas con la finalidad de que se familiaricen con los contenidos a realizar.

Con una imagen llamativa se puede generar nuevos likes en la página, así es como se ve en la ilustración:

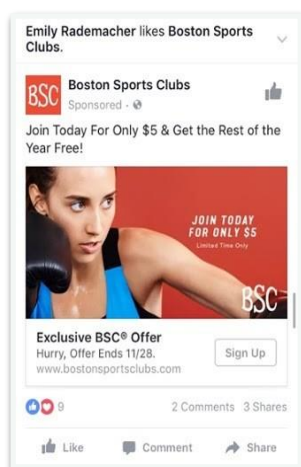


Ilustración 31. EJEMPLO LIKES FACEBOOK

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Posteo pagados para un mejor rendimiento:

Ayuda a que las publicaciones lleguen más lejos y tengan mejor interacción, estos deben llevar un copy que conecte con la audiencia.



Ilustración 32. EJEMPLO INTERACCIONES FACEBOOK

Visitas al sitio web:

Estos anuncios permiten enviar a los usuarios a la parte del sitio web que se requiera, estas pautas deben tener un sentido muy específico ya que son las que más ayudan a generar leads.

Respuestas a eventos:

El registro de las personas es más rápido y se puede llegar a un público específico, es decir, que en lugar de hacer una pauta general generar una muy segmentada y llegar al público que se quiere.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Actividades frecuentes

Con estas actividades llevadas a cabo de forma frecuente ayudará al cumplimiento de objetivos establecidos.

- Se publicará en los horarios apropiados para CANACO.
- Se realizará un análisis constante para evaluar resultados de las publicaciones.
- Se compartirá en grupos con un público similar al que se busca.
- Se pulirá la comunicación hasta llegar a dar una voz plenamente institucional.
- Se trabajará con la imagen para que los seguidores ubiquen más fácil las redes.
- Para los servicios se realizará un catálogo de ventas para que sea más fácil promocionar los beneficios de ser parte de la CANACO.
- Hacer una comunidad sólida de emprendedores y socios.
- Se estarán contestando mensajes en todas las redes sociales de 10 am a 5 pm, al final del día se hará una relación de los mensajes efectivos.
- Se entregará una parrilla semanal de contenidos con 4 publicaciones en FB, 3 en Instagram y 1 story de lunes a viernes.
- Se entregará un reporte de resultados los días 3 de cada mes, con el crecimiento, las publicaciones con mejor rendimiento, el público actual y el manejo de las pautas, así como los resultados de cada una de ellas.
- Por inicio de plan de marketing se harán los posts en horarios estratégicos, uno será por la mañana y el siguiente será por la tarde, esto ayudará a verificar qué horarios son los más efectivos.
- Se creará una comunidad sólida con los nuevos seguidores y los actuales.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Conclusiones de Proyecto, recomendaciones y experiencia personal profesional adquirida.

La llegada de la tecnología a nuestra vida cotidiana ha traído un sin fin de herramientas para poder realizar ciertas actividades de una manera más eficiente. En este caso, tenemos el uso y manejo de las redes sociales como un impulso para las organizaciones en cuanto al tema de publicidad y marketing.

Recordando la forma en que se manejaba la publicidad hace años donde aún no existía la publicidad por redes sociales, se puede observar que había algunas limitantes, como por ejemplo, la publicidad era únicamente vista en periódicos, radio, espectaculares y diversos medios de comunicación y a pesar de todas las herramientas a nuestro alcance hoy en día, aún seguimos viendo publicidad de este tipo. Sin embargo, todos estos tienen menor alcance que las redes sociales, ya que son anuncios efímeros.

Ahora bien, si definimos el concepto de publicidad tenemos que se divide en dos términos: promoción y divulgación, las cuales son un conjunto de actividades que requiere una serie de técnicas sumamente creativas para transmitir y diseñar comunicaciones principalmente persuasivas para posteriormente viralizarlo de forma estratégica en los medios de comunicación.

De acuerdo con el concepto antes mencionado es de suma importancia tener en cuenta como se vincula la publicidad con las redes sociales, ya que son muchos los beneficios que una entidad organizacional puede obtener siempre y cuando la persona adecuada sepa cómo hacerlo. Para estas actividades se requiere a un community manager el cual es un profesional con la mayor responsabilidad de crear una comunidad online para posteriormente gestionar la identidad y la imagen de la marca, desarrollando relaciones estables y de confianza con sus clientes, ya que, al día de hoy múltiples sectores comerciales están añadiendo el uso de

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

redes sociales a su esquema de negocios con el fin de impulsar la demanda del producto o servicio, darse a conocer, etc.

Hay que tomar en cuenta que las redes sociales son plataformas digitales en las cuales se crean comunidades de personas con intereses, actividades o relaciones en común y esto trae consigo un contacto e intercambio de información, gustos, noticias, etc. entre ellos mismos sin importar en que parte del mundo estés, lo cual en cuestión de publicidad es una ventaja.

A lo largo de este proyecto se abordan varias redes sociales pero hay tres que son consideradas las de mayor importancia las cuales son Facebook, Instagram y YouTube ya que estas son las que prevalecen con mayor alcance, más usuarios y por ende mayor interacción. Cuentan con un grupo de características, lo cual nos brinda mayor oportunidad y beneficios al momento de emplearlas: conectividad, interacción, personalización, tiempo real y viralidad. Como ya se había mencionado la conectividad no es limitada entre usuarios en las redes sociales, se puede mantener contacto de manera constante. La interacción es una característica importante ya que con ella se expresan y establecen comunicación los usuarios dando a conocer sus mayores gustos e intereses, lo cual a las empresas le es de alto beneficio estar enterado para con ello saber llegar al sector de mercado que les interesa. En cuestión de personalización es cuestión de cada usuario y su privacidad. Las redes sociales se manejan en tiempo real porque es posible mantener interacción continua entre usuarios. Por otro lado, la característica más relevante es la viralidad ya que con esta el contenido en redes sociales se propaga a gran velocidad, lo cual se busca con las estrategias desarrolladas en este proyecto. Otro factor que influye de manera muy exponencial es el comercio electrónico ya que este se encontraba en un crecimiento favorable antes de la pandemia por COVID-19 y debido a esta misma por las razones que ya se conocen, ocasionó un despunte inconmensurable.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

La implantación de este medio incita a las empresas a realizar severos cambios en su estructura organizacional incorporando diversas tecnologías, adaptando y modernizando sus procesos de producción y sin duda alguna de comercialización, todo esto con la finalidad de adquirir el acceso a un mercado lleno de nuevas oportunidades que por otras vías de comunicación y venta no son posibles. El comercio electrónico ya mencionado es el canal de creación de herramientas necesarias para que las organizaciones y los clientes generen un ambiente de armonía entre sí, el cual es de vital importancia ya que con esto se crea un ecosistema con el fin de observar el sector de interés de los clientes hacia el producto o servicio que se esté presentando en cuestión.

Durante la estancia de la residencia profesional se identificaron los valores institucionales que van ligados a los servicios de distinta índole que la CANACO ofrece a los consumidores para intentar satisfacer las necesidades y preferencias de estos. Específicamente en el departamento de comunicación e imagen se desarrollaron actividades relevantes tales como grabar y editar los contenidos multimedia para las redes sociales de Radio TV CANACO Digital bajo un esquema con criterios que en ocasiones llegaron a intervenir y desestabilizar la realización de dicha actividad, así mismo se programaban las distintas publicaciones que se emitían en dichas redes y se realizaba un análisis con el equipo y herramientas de trabajo a disposición. Cabe destacar la responsabilidad ligada de este departamento en donde la CANACO tenía presencia, ya que la gestoría recaía la mayor parte del tiempo en esta área representando el mejor papel posible para la audiencia presente.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Con base a las actividades mencionadas se realizó un análisis que proporcionó estadísticas de las plataformas de Radio TV CANACO Digital, con las cuales se obtuvo una gran visualización de la situación real por la que atraviesa este departamento, dentro de tal análisis se descubrieron los siguientes aspectos: debido a que no se utilizan los formatos y contenidos adecuados hay poco interés de parte de la audiencia, no se maneja un contenido visual atractivo y a pesar de los esfuerzos no hay un crecimiento constante en cuanto a las interacciones que se presentan en las distintas redes sociales con las que labora Radio TV CANACO Digital. Con esto se delimitó que las cuentas de redes sociales son un medio de comunicación que ampliamente permiten llegar a empresarios y emprendedores del puerto de Veracruz siempre y cuando se genere un buen contenido de calidad que muestre distintas soluciones, consejos, propuestas, servicios y datos que CANACO llega a tener con cada uno de sus afiliados.

Para ello se necesita lograr una serie de objetivos para mejorar el rendimiento de las redes sociales, se busca crear una mayor presencia de marca para así dar difusión al trabajo y servicio que se ofrece, de tal manera se requiere usar de forma efectiva este canal de comunicación para incrementar el círculo de afiliados y lograr identificarse en las redes sociales para que las personas ubiquen dichas redes por un contenido específico que transmita la mejor perspectiva posible.

Como se sabe para todo logro de objetivos se necesita estar vinculado a un proceso, como primer punto lo ideal es desarrollar una comunidad que perciba un contenido interactivo y de valor para que se permita identificar a la audiencia, posteriormente cuando se logre captar la atención de dicha comunidad se inicia el lanzamiento de un producto mediante la publicidad correcta sin saturar de información. Una vez detectada la frecuencia de interacción y el contenido más destacado se comenzará a trabajar en material específico para generar resultados específicos y así cada publicación tendrá una futura función estratégica.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Finalmente ya teniendo una comunidad establecida será mucho más fácil generar campañas y contenidos más concretos y eficaces para los usuarios y de esta manera canalizarlos correctamente y brindarles un servicio más completo.

Para lograr el desarrollo de estrategias se examinaron los datos obtenidos de una investigación en las distintas plataformas de redes sociales que Radio TV CANACO Digital maneja, con esto se obtuvo la facilidad de segmentar y diferenciar el contenido emitido junto con un promedio de interacción de cada red. Para ello se representaron los datos en gráficas para una mayor comprensión y así establecer a detalle las acciones que llegarán a repercutir de manera positiva en el área de oportunidad.

Analizando los datos obtenidos de las principales redes sociales con las que dicho departamento labora, se observó que a pesar de contar con una comunidad amplia de seguidores en Facebook es poca la interacción que persiste en esta red. Por otro lado, la comunidad en Instagram es muchísimo menor, lo que trae como consecuencia una interacción casi nula. En el caso de YouTube la situación es parecida a Instagram ya que el contenido es monótono y por ende no despierta curiosidad a la audiencia. Con esto se delimita que la organización CANACO no ha terminado de aprovechar y explotar los diversos beneficios que traen consigo las redes sociales.

Gracias a la experiencia profesional adquirida se llegó a plantear un conjunto de estrategias competentes y relevantes las cuales permiten gestionar el desempeño de actividades relacionadas de Radio TV Canaco Digital y así obtener una gestión bajo control de la situación en puerta.

Dichas estrategias se basan en campañas de publicidad para las plataformas de interacción ya mencionadas, como punto de partida, se tomará la página de Facebook ya que es la que cuenta con mayor número de seguidores. Para esta red social se tiene pensado atraer un público joven brindando contenido educativo el

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

cual se puede generar con información empresarial que la organización posee y de esta manera aprovechar correctamente el área de oportunidad presente, así mismo, se dará fuerza a los empresarios dándoles oportunidad de mostrar los éxitos marcados con los que cuentan para con ello mostrar acciones y datos aspiracionales los cuales ocasionan retroalimentación en dicho contenido.

Para Instagram se tomará en cuenta la mayor parte del contenido de Facebook porque como se sabe los formatos que se manejan en Instagram son más visuales y con esto, se da una secuencia a la campaña establecida, dando como resultado postre, encaminados a una gran viralidad. En YouTube se propone dar un espacio más amplio para mostrar detalles, historias y datos que sean digeribles conforme al contenido de esta plataforma.

Gracias a esta serie de estrategias segmentadas y presentadas a lo largo de este proyecto se garantiza que el contenido ligado a los servicios que emite la CANACO tendrá un repunte positivo ya que como se pudo observar la correcta coordinación y gestión de redes dará beneficios inexorables dentro de la organización y con esto, aumentará la popularidad de ella en el gremio empresarial, lo cual nos lleva a un incremento de afiliados y exposición positiva en las redes sociales.

La experiencia profesional que se obtuvo a lo largo de este camino es de vital trascendencia ya que enriqueció conocimientos personales, brindando la capacidad de generar análisis profundos para examinar una serie de datos cuantitativos y con ellos dando secuencia a una intensa observación para una posterior serie de acciones y estrategias que dan como resultado una correcta toma de decisiones.

Para concluir se puede delimitar que este documento desarrollado tiene la capacidad de influir de manera exorbitante a quien decida interesarse en la promoción y divulgación de productos y/o servicios de manera Ética, combinado con un correcto manejo de redes sociales.

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Competencias desarrolladas y/o aplicadas.

Capacidad de resolver de problemas	Basado en la eficiencia de resolver problemas dentro de la organización encontrando la solución más viable.
Control	Capacidad de tomar decisiones que verifique el control de los métodos y situaciones.
Responsabilidad	Cumplir con las encomiendas asignadas y realizarlo en tiempo y forma.
Adaptabilidad	Capacidad de mantenerse eficiente en el momento que se requiere dando frente a distintas situaciones, pensamientos, opiniones y/o propuestas de otras personas del equipo de trabajo.
Organización	Capacidad de realizar un esquema de trabajo apropiado con el fin de lograr un objetivo, así mismo de la planeación de las actividades a realizar y objetivos por cumplir dentro de la residencia profesional.
Toma de decisiones	Realizar una elección frente a las situaciones que se presentan para tomar la más conveniente, así mismo cuando me delegaban ciertas actividades para que sea la suya en cuanto suba
Trabajo en equipo	Trabajar en conjunto realizando lo encomendado para lograr el objetivo establecido.
Innovación	Capacidad de manipular estrategias para una plataforma digital.

	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

Bibliografía

- CANACO SERVYTUR SAN LUIS POTOSI. (N/A de N/A de 2017). *CANACO SERVYTUR SAN LUIS POTOSI*. Obtenido de <https://www.canacosanluis.com/el-siem/>
- CANACO Serytur Veracruz. (N/A de N/A de 2022). *CANACO Serytur Veracruz*. Obtenido de <https://www.canacoveracruz.com.mx/>
- Equipo editorial. (25 de Septiembre de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de [https://concepto.de/comunidad/Equipo editorial. \(05 de Agosto de 2021\). Concepto.de. Obtenido de https://concepto.de/red-2/](https://concepto.de/comunidad/Equipo editorial. (05 de Agosto de 2021). Concepto.de. Obtenido de https://concepto.de/red-2/)
- Equipo editorial. (16 de Julio de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de [https://concepto.de/redes-sociales/Espejo, L. F. \(2017\). Merca doctenia. Ciudad de México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.](https://concepto.de/redes-sociales/Espejo, L. F. (2017). Merca doctenia. Ciudad de México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.)
- Fuente, O. (25 de Octubre de 2021). *Thinking for Innovation*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-community-manager-redes-sociales/>
- GOBIERNO DE MÉXICO. (N/A de N/A de 2020). *ECONOMÍA SECRETARÍA DE ECONOMÍA*. Obtenido de <https://mipymes.economia.gob.mx/vender/comercio-electronico/>
- La Jornada. (03 de Enero de 2022). México, uno de los países con más uso de redes sociales: experto . *La Jornada*, págs. <https://www.jornada.com.mx/notas/2022/01/03/sociedad/mexico-uno-de-los-paises-con-mas-uso-de-redes-sociales-experto/>.
- Merino., J. P. (N/A de N/A de 2021). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/social/> MPM Insurance Software Solutions. (25 de Octubre de 2021). *MPM Insurance Software Solutions*. Obtenido de <https://www.mpmssoftware.com/latam/blog/redes-sociales-definicion-y-caracteristicas-latam/>
- Naranjo, S. C. (28 de Enero de 2021). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/13646/numero-de-usuarios-activos-mensuales-en-redes-sociales-y-servicios-de-mensajeria/>
- Olmos, F. G. (07 de Diciembre de 2021). Las redes sociales marcarán tendencias a otras industrias en 2022. *Expansión*, págs. <https://expansion.mx/tecnologia/2021/12/07/las-redes-sociales-marcaran-tendencias-a-otras-industrias-en-2022>.
- Pérez, L. R. (N/A de N/A de 2018). *TESIUNAM DIGITAL*. Obtenido de <http://132.248.9.195/ptd2018/febrero/0770305/Index.html>
- RD Station. (N/A de N/A de 2022). *RD Station*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/#youtube>
- Roa, M. M. (09 de Julio de 2021). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/22249/porcentaje-estimado-de-la-poblacion-mundial-por-pais/>
- Statista Research Department. (02 de Agosto de 2021). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1035031/mexico-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>

 EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA	SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO	
	INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RIO	
	Portada del Proyecto de Residencias Profesionales	

- Statista Research Department. (26 de Julio de 2021). *Statista* . Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/635250/poblacion-total-de-mexico-en-2020/>
- William D. Perreault Jr, J. P. (2019). *Essentials of MARKETING*. En J. P. William D. Perreault Jr, *Essentials of MARKETING A Marketing Strategy Planning Approach* (pág. 81). New York:McGraw-Hill Education.