

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS**



INFORME FINAL DE PASANTIA PARA PRACTICA PROFESIONAL

*Resumen de las actividades realizadas, conocimientos adquiridos
y contribuciones en el proyecto de pasantía.*

PERÍODO DE REALIZACIÓN

12 de febrero de 2024 - 25 de julio de 2024

PARA OPTAR POR EL GRADO DE

Mercadeo Internacional

PRESENTADO POR

Jessica Raquel Perdomo Hernández

CARNÉ PH18033

DOCENTE ASESOR

Rivera Salguero, Flor De María

Agosto, 2024

Santa Ana, El Salvador, Centroamérica

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE

AUTORIDADES



M.Sc. ROBERTO CARLOS SIGÜENZA CAMPOS

DECANO

DR. JOSÉ GUILLERMO GARCÍA ACOSTA

VICE DECANO

LICDO. JAIME ERNESTO SERMENO DE LA PEÑA

SECRETARIO

M.Sc. WALDEMAR SANDOVAL

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS

Agradecimientos

A Dios, por ser mi guía y fortaleza, por protegerme a lo largo de estos años y brindarme la sabiduría y los medios necesarios para culminar esta carrera. Sin Su infinita misericordia, no habría sido posible alcanzar esta meta.

A mi madre, por su amor incondicional, su esfuerzo y dedicación, que han sido el motor fundamental para que yo siguiera adelante en este camino.

A mis amigas, por su compañerismo y amistad, y por estar a mi lado en cada momento, compartiendo estos años llenos de desafíos y alegrías.

Gracias por ser mi refugio y mi impulso para seguir adelante.

Índice de contenido:

Introducción	10
Justificación	11
1.0 Antecedentes de la empresa	12
Generalidades de la empresa	12
Misión de IMACASA:	13
Visión de IMACASA:.....	13
Valores Organizacionales:.....	13
2.0 Fundamentación teórica sobre las actividades realizadas	14
Elaboración de Calendario de Eventos para Condor TK	14
Monitoreo de Precios	14
Levantamiento de Precios	14
Optimización del Catálogo Virtual	14
Análisis de la competencia.....	14
Organización de Carpetas y Fotografías para E-commerce	15
KPIs Redes Sociales.....	15
Resumen de Comentarios Negativos en Redes Sociales de Condor TK.....	15
Contenido para las Redes Sociales de	15
Actividades de Trade Marketing.....	16
Planificación de Videos para Locución.....	16
Portadillas para Sitio Web IMACASA	16
Iconos de los Pilares de IMACASA.....	16
Script para Videos	17

Reestructuración de contenido para Condor TK	17
Creación de cuentas de LinkedIn para empleados	17
Descarga de fotografías de IMACASA y Condor TK.....	17
Clasificación de Fotografías por Categorías para E-commerce	18
Búsqueda de Direcciones y Clasificación de Códigos Postales de Clientes IMACASA.....	18
Portafolio de Inspiración para contenido Condor TK	18
Artículos de Revistas.....	18
Gastos Publicitarios.....	19
Cuñas Publicitarias	19
Participación de Mercado.....	19
Plan de Contenido para Condor TK	19
Análisis de la Competencia de Condor TK.....	19
Pautado de contenido.....	20
Sugerencias del Público de Condor TK en Comentarios	20
Edición de Contenido para Boletín Informativo	20
Copywriting para Productos del Catálogo de EEUU	20
Propuestas de Contenido Inclusivo	21
Clasificación de Productos	21
Distribución de Racks	21
3.0 Descripción de las actividades realizadas	22
Elaboración de Calendario de Eventos para Condor.....	22
Monitoreo de precios	22
Levantamiento de precios	22
Optimización de catalogo virtual.....	23
Análisis de competencia IMACASA.....	23

Creación y organización de carpetas y fotografías para E-commerce.....	23
KPIs de Redes Sociales	24
Resumen de comentarios negativos en Redes Sociales de Condor TK.....	24
Contenido para las Redes Sociales de IMACASA	24
Contenido para las redes sociales de Condor TK	25
Actividades de Trade Marketing	25
Planificación de videos para locución	26
Portadillas para sitio web.....	27
Iconos de los pilares IMACASA	27
Script para videos	27
Reestructuración de contenido para Condor TK	27
Creación de cuentas de LinkedIn para empleados	28
Descarga de fotografías de IMACASA y Condor TK.....	29
Edición de Fotografías.....	29
Clasificación de fotografías para categorías de E-commerce.....	29
Búsqueda de Direcciones y Clasificación de Códigos Postales de Clientes IMACASA.....	29
Portafolio de fotos de inspiración para contenido de Condor TK	30
Artículos de revista.....	30
Gastos publicitarios	30
Cuñas publicitarias	31
Participación de mercado.....	31
Plan de contenido para Condor TK	31
Análisis de competencia de Condor TK.....	32
Pautado de contenido IMACASA	32
Sugerencias del Público de Condor TK en Comentarios	32

Copywriting para Productos del Catálogo de EEUU	33
Propuestas de contenido inclusivo.....	33
Clasificación de productos.....	33
Distribución de Racks.....	34
Apoyo con impresiones y troquelados.....	34
Apoyo con toma de fotografías	34
Organización de vallas publicitarias.....	34
Apoyo con correcciones ortográficas	34
Apoyo con organización del estudio	35
Buscar proveedores de transferencia térmica	35
Búsqueda de proyectos agrícolas.....	35
Apoyo con observaciones a liberaciones.....	35
Apoyo con asignación de códigos de barra	35
4.0 Conocimientos aprendidos en el estudio de la carrera y puestos en práctica en la pasantía...	36
5.0 Conocimientos nuevos adquiridos en el desarrollo de la pasantía.....	38
6.0 Conclusión	40
7.0 Anexos	41
Anexo 1: glosario	41
Anexo 2: Imágenes.....	43
Imagen 01 Calendario de eventos de interés para Condor TK.....	43
Imagen 02 Monitoreo de precios	43
Imagen 03 Levantamiento de precios	44
Imagen 04 Levantamiento de precios	44
Imagen 05 Análisis de la competencia de IMACASA	45
Imagen 06 Creación de carpetas	45

Imagen 07 Creación de carpetas	45
Imagen 08 Creación de carpetas	46
Imagen 09 KPIs de redes sociales de IMACASA	46
Imagen 10 Contenido IMACASA (Estructuración)	47
Imagen 11 Contenido IMACASA (Presentación).....	47
Imagen 12 Contenido Condor Tool & Knife (Estructuración).....	48
Imagen 13 Condor Tool & Knife (Presentación)	48
Imagen 14 Presentación de Activaciones de marca.....	49
Imagen 15 Presentación de Exhibiciones nuevas	49
Imagen 16 Presentación de Limpieza y mantenimiento	50
Imagen 17 Análisis de Battle Box	50
Imagen 18 Análisis de Battle Box	51
Imagen 20 Planificación de videos para locución	51
Imagen 21 Búsqueda y descarga de fotografías para Portadillas del sitio web.....	52
Imagen 22 Script.....	52
Imagen 23 Script.....	53
Imagen 24 Reporte final del proyecto de las cuentas LinkedIn	53
Imagen 25 Reporte final del proyecto de las cuentas LinkedIn	54
Imagen 26 Reporte final del proyecto de las cuentas LinkedIn	54
Imagen 27 Video Tutorial que se realizo para anexar a los correos.....	55
Imagen 28 Edición de fotografías en Photoshopea	55
Imagen 29 Edición de fotografías en Adobe FireFly	56
Imagen 30 Edición de fotografías en Adobe FireFly	56
Imagen 31 Portafolio de Inspiración para Condor TK	57
Imagen 32 Cuñas publicitarias	57

Imagen 33 Monitoreo de las redes sociales de la competencia de Condor TK.....	58
Imagen 34 Plan de mejora para el contenido de Condor TK.....	58
Imagen 35 Plan de contenido para Condor TK	59
Imagen 36 Uso de Meta Business Suite	59
Imagen 37 Segmentación en Meta Business Suite	60
Imagen 38 Sugerencia del público de Condor en Redes Sociales.....	60
Imagen 39 Redacción del contenido del Boletín informativo	61
Imagen 40 Copies que se redactaron en ingles para el catalogo de IMACASA en EEUU...	61
Imagen 41 Ideas que se redactaron para el contenido inclusivo.....	62
Imagen 42 Ideas que se redactaron para el contenido inclusivo.....	62
Imagen 43 Separación de texto que realizo para la clasificación de productos	63
Imagen 44 Distribución de racks a clientes de IMACASA.....	63
Anexo 3: Carta de Finalización.....	64
Anexo 4: Carta de Satisfacción	64
Anexo 5: Formularios de evaluación del pasante, por tutor profesional.....	66
Anexo 6: Formularios de evaluación del pasante, por tutor académico.¡Error! Marcador no definido.	

Introducción

El presente informe final detalla las actividades desarrolladas durante el periodo de pasantía en IMACASA, desde el 12 de febrero hasta el 25 de julio. Este documento tiene como objetivo ofrecer una visión comprensiva de las tareas ejecutadas y los logros alcanzados durante este período, destacando la evolución y aplicación práctica de los conocimientos adquiridos.

La pasantía en IMACASA ha proporcionado una experiencia invaluable en el ámbito de la industria de herramientas de ferretería. Fundada en 1964 en Santa Ana, El Salvador, IMACASA se ha consolidado como un líder en el mercado centroamericano, ofreciendo productos de alta calidad para sectores como la agricultura, construcción, jardinería e industria. Su submarca, Condor Tool & Knife, se especializa en la comercialización de cuchillos, navajas y lanzas en el mercado estadounidense.

Durante la pasantía, se han abordado diversas actividades estratégicas que han facilitado la aplicación de conocimientos académicos en un entorno empresarial real. Desde el análisis de precios y la optimización del catálogo virtual hasta la preparación de contenido para redes sociales y la participación en actividades de mercado, cada tarea ha permitido un profundo entendimiento del funcionamiento y la estrategia de IMACASA. Este informe final resume estos esfuerzos y proporciona una visión detallada del impacto y los resultados obtenidos a lo largo de la experiencia de pasantía.

Justificación

La decisión de realizar el proyecto de graduación en modalidad pasantía responde a la necesidad de adquirir una experiencia práctica que complemente los conocimientos teóricos obtenidos durante la formación académica. Esta experiencia es crucial para desarrollar habilidades prácticas y mejorar la competencia en el mercado laboral, dado que la formación universitaria, aunque esencial, a menudo carece de la aplicación práctica necesaria para enfrentar desafíos reales.

Por estas razones se tomó a conveniencia realizar el proceso de grado efectuando una pasantía que de cómo resultado un amplio conocimiento del marketing real y su aplicación en una empresa.

La elección de IMACASA para llevar a cabo la pasantía se fundamenta en el deseo de obtener un conocimiento profundo del marketing en un entorno laboral real, especialmente en una empresa con una amplia proyección internacional. IMACASA, al operar en más de 50 países, ofrece una oportunidad única para aplicar estrategias de marketing en diversos mercados, no solo a nivel nacional sino también en Centroamérica. Esta experiencia permite integrar conocimientos teóricos con prácticas concretas y desarrollar competencias en marketing internacional.

Durante la pasantía, se han desarrollado actividades clave, como la preparación de contenido para redes sociales de IMACASA y Condor Tool & Knife. Estas tareas no solo contribuyen al crecimiento de la empresa al mejorar su alcance y efectividad en las redes sociales, sino que también facilitan el aprendizaje práctico y la aplicación de estrategias de marketing en un contexto real. La experiencia acumulada en la planificación, creación y publicación de contenido ha sido fundamental para fortalecer habilidades en marketing digital y contribuir significativamente al éxito de las campañas de la empresa.

1.0 Antecedentes de la empresa

Generalidades de la empresa

IMACASA es una empresa líder en la fabricación y comercialización de herramientas de ferretería, dirigida a los sectores de agricultura, construcción, jardinería e industria. Fundada el 12 de marzo de 1964 en Santa Ana, El Salvador, IMACASA ha consolidado su posición en el mercado centroamericano y se destaca por ofrecer productos de alta calidad.

IMACASA ofrece un extenso catálogo con 18 categorías, destacando en agricultura, construcción, maquinaria y equipo, obra de banco, almacenaje y organización, automotriz, carpintería, cerrajería, electricidad e iluminación, ensamble y fijación, equipo de protección y seguridad, fontanería, jardinería, manejo de carga, medición y trazo, navajas y cuchillos, pintura y promocionales, abarcando todas las áreas dentro del rubro ferretero y de construcción.

La compañía también gestiona una marca llamada Condor Tool & Knife, que se especializa en la producción y comercialización de cuchillos, navajas, lanzas, entre otras herramientas que van dirigidas especialmente para el mercado estadounidense.

IMACASA mantiene operaciones directas en toda Centroamérica y ha expandido sus actividades a nivel global. Desde su fundación, ha experimentado transformaciones significativas, incluyendo un cambio en la estructura accionarial en 1987, que permitió el establecimiento de centros de distribución en Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

En 2004, la empresa lanzó una línea de herramientas y cuchillos de alta calidad para los mercados deportivos de América del Norte y Europa.

Actualmente, IMACASA está desarrollando un proyecto de comercio electrónico Business to Business (B2B), dirigido principalmente por el Gerente de Mercadeo, César Álvarez, junto con un equipo externo especializado

Misión de IMACASA:

“Ser la marca preferida de herramientas en el continente americano por su calidad, confianza y tradición: contando con un equipo motivado y comprometido en superar las expectativas de nuestros clientes y consumidores.”

Visión de IMACASA:

“Ser la empresa con mayor liderazgo en la fabricación y distribución de productos ferreteros en el continente americano.”

Valores Organizacionales:

Pasión

Ponemos ganas y corazón en todo lo que hacemos.

Autenticidad

Honestos y coherentes entre nuestros pensamientos y acciones.

Mejora Continua

Constantemente mejorando la calidad de nuestros procesos, productos y servicios.

Orientación al Cliente

Enfocados en superar las expectativas del mercado y nuestros clientes

Conciencia Social

Comprometidos con el cuidado de nuestros colaboradores y la comunidad

2.0 Fundamentación teórica sobre las actividades realizadas

Elaboración de Calendario de Eventos para Condor TK

La elaboración de un calendario de permite a las empresas estar al tanto de las oportunidades relevantes en el mercado.

Monitoreo de Precios

El monitoreo de precios es una práctica fundamental en la gestión de precios y competencia. Permite a las empresas mantenerse competitivas al ajustar sus precios de acuerdo con los cambios en el mercado y la estrategia de la competencia. Este proceso, que se realiza de manera regular, ayuda a identificar desviaciones en los precios de productos y ajustar estrategias de precios para maximizar el margen de beneficio y mantener la competitividad en el mercado.

Levantamiento de Precios

El levantamiento de precios implica la recopilación de datos sobre precios de productos en el mercado para realizar un análisis comparativo. Este proceso permite a las empresas evaluar la competitividad de sus precios y adaptar su estrategia de precios para introducir nuevos productos en el mercado. La recopilación de información sobre precios y ofertas de la competencia es crucial para la toma de decisiones estratégicas y la planificación de nuevos lanzamientos.

Optimización del Catálogo Virtual

La optimización del catálogo virtual se basa en principios de usabilidad y diseño web. Asegurar que un catálogo virtual sea visualmente atractivo, libre de errores y fácil de navegar es esencial para mejorar la experiencia del usuario y aumentar la conversión de visitantes en compradores.

Análisis de la competencia

El análisis de la competencia es una técnica de investigación de mercado que implica el estudio de las estrategias y actividades de competidores. Mediante el análisis de redes sociales y otros canales, las empresas pueden obtener información sobre las estrategias de marketing de sus competidores, las preferencias de los consumidores y las tendencias del mercado. Este análisis ayuda a identificar oportunidades y amenazas, y a ajustar las estrategias de marketing para mejorar la posición en el

mercado.

Organización de Carpetas y Fotografías para E-commerce

La organización de carpetas y fotografías es un aspecto clave en la gestión de contenido para E-commerce. Una correcta catalogación y almacenamiento de imágenes garantiza un acceso eficiente y una presentación coherente en el sitio web, contribuyendo a una experiencia de usuario positiva y a la efectividad del marketing digital.

KPIs Redes Sociales

Los KPIs (Indicadores Clave de Rendimiento) son métricas utilizadas para medir la eficacia de las actividades de marketing y redes sociales. La presentación de KPIs permite a las empresas evaluar el rendimiento de sus campañas y estrategias, identificar áreas de mejora y tomar decisiones informadas para optimizar el rendimiento en redes sociales y otros canales de marketing.

Resumen de Comentarios Negativos en Redes Sociales de Condor TK

El análisis de comentarios negativos es una parte fundamental de la gestión de la reputación en las redes sociales, permite a las empresas identificar y abordar problemas específicos que afectan la satisfacción del cliente. Al analizar las quejas y comentarios negativos, las empresas pueden mejorar sus productos y servicios, así como ajustar sus estrategias de comunicación y marketing para resolver problemas y prevenir futuros conflictos.

Contenido para las Redes Sociales de

La creación de contenido para redes sociales implica la planificación estratégica y la estructuración de publicaciones para maximizar el impacto. La selección de productos, la definición de pilares temáticos y la creación de copies efectivos son componentes clave para construir una presencia en línea sólida. La planificación en Excel y la presentación en PowerPoint aseguran una comunicación coherente y alineada con los objetivos de marketing.

Actividades de Trade Marketing

Las presentaciones de Trade marketing documentan las actividades promocionales y de marca realizadas en el mercado. Incluyen detalles sobre eventos, exhibiciones y mantenimientos, permiten evaluar el impacto de estas actividades en las ventas y la percepción de la marca. La documentación sistemática ayuda a planificar futuras campañas y a medir el retorno de la inversión en actividades de Trade marketing.

Análisis de la Integración de Productos en Battle Box

El análisis de contenido en canales de YouTube especializados, como Battle Box, permite entender las preferencias de los consumidores y las tendencias del mercado. Evaluar los patrones de preferencia ayuda a identificar oportunidades para integrar productos en contenido relevante, aumentando la visibilidad y atractivo de los productos para el público objetivo.

Planificación de Videos para Locución

La planificación de videos publicitarios abarca la creación de guiones y la estructuración de campañas. El diseño de comerciales con contenido variado y único maximiza el impacto de la campaña a lo largo del tiempo. Esta planificación es esencial para mantener la relevancia y efectividad de la publicidad en medios de comunicación.

Portadillas para Sitio Web IMACASA

La selección y diseño de portadas para categorías de productos en un sitio web son cruciales para la experiencia del usuario. Las imágenes impactantes y contextualizadas mejoran la navegación y la presentación de productos, lo que contribuye a una mayor atracción y retención de clientes en el sitio web.

Iconos de los Pilares de IMACASA

La creación de iconos para representar los pilares de comunicación en redes sociales ayuda a establecer una identidad visual coherente y facilita la comprensión del contenido por parte del público. El uso de logotipos y símbolos ayuda a transmitir mensajes clave de manera visual y efectiva.

Script para Videos

La elaboración de guiones para videos es una práctica esencial en la producción de contenido multimedia. Los guiones bien estructurados aseguran una comunicación clara y efectiva, manteniendo el interés del espectador y transmitiendo el mensaje de manera convincente.

Reestructuración de contenido para Condor TK

La reestructuración de copias en redes sociales implica ajustar el contenido para mejorar el rendimiento y la receptividad del público. Implementar palabras clave relevantes y evitar términos problemáticos ayuda a optimizar las publicaciones y a adaptarse a las políticas de las plataformas sociales, mejorando la eficacia de las estrategias de marketing.

Creación de cuentas de LinkedIn para empleados

La integración de los perfiles de LinkedIn de los empleados con la empresa IMACASA responde a la necesidad de fortalecer la presencia corporativa en redes sociales, especialmente en un entorno profesional como LinkedIn. Esta estrategia no solo amplifica la visibilidad del perfil de IMACASA, sino que también optimiza la comunicación interna. Al asociar los correos corporativos con LinkedIn, los empleados se mantienen informados de comunicados, eventos y noticias relevantes, lo que a su vez refuerza su sentido de pertenencia y alinea sus actividades profesionales con los objetivos y valores de la empresa.

Descarga de fotografías de IMACASA y Condor TK

La descarga y organización de fotografías de redes sociales es crucial para mantener un banco de imágenes accesible y completo. Para IMACASA, recuperar imágenes históricas asegura la continuidad en la comunicación visual y permite reutilizar material para futuras campañas. En el caso de Condor TK, organizar y catalogar las fotografías facilita un acceso rápido y eficiente a los recursos visuales, optimizando su uso en marketing y promoción.

Edición de Fotografías

La edición de fotografías es esencial para garantizar que el material visual cumpla con los estándares de calidad y adaptabilidad requeridos para su uso en diferentes plataformas. Ajustar las dimensiones y eliminar elementos no deseados con herramientas especializadas asegura que las imágenes se alineen con las especificaciones del equipo de E-commerce y sean aptas para diversos propósitos. El uso de software como Photoshopena, PicStar, y PhotoRoom, junto con la aplicación de técnicas avanzadas como el relleno regenerativo de Adobe Firefly, permite obtener fotografías de alta calidad que refuercen la presentación de productos y mejoren la comunicación visual para IMACASA y Condor TK.

Clasificación de Fotografías por Categorías para E-commerce

La clasificación detallada de productos en un sitio web facilita la navegación y la gestión del inventario. Una estructura organizada permite una presentación clara y accesible de los productos, mejorando la experiencia del usuario y la eficacia del sitio web.

Búsqueda de Direcciones y Clasificación de Códigos Postales de Clientes IMACASA

La gestión de direcciones y códigos postales es fundamental para la logística y distribución de productos. La clasificación precisa de esta información mejora la eficiencia en el envío y la atención al cliente, optimizando la logística y facilitando la gestión de pedidos.

Portafolio de Inspiración para contenido Condor TK

Un portafolio de inspiración proporciona una fuente de ideas y referencias para la creación de contenido visual. Este recurso es útil para mantener la coherencia estética y para monitorear las tendencias y actividades de la competencia.

Artículos de Revistas

La búsqueda de artículos en revistas específicas proporciona información valiosa sobre la percepción del mercado y las reseñas de productos. Este conocimiento es útil para ajustar estrategias de marketing y para proporcionar contenido relevante en redes sociales.

Gastos Publicitarios

La preparación y análisis de presupuestos publicitarios permite una gestión eficiente de los recursos destinados a la promoción. Un presupuesto bien estructurado asegura una asignación efectiva de fondos y maximiza el impacto de las campañas publicitarias.

Cuñas Publicitarias

Las cuñas publicitarias son herramientas clave en la promoción de productos a través de medios de comunicación. La planificación de estos anuncios incluye la creación de mensajes claros y atractivos, diseñados para captar la atención del público objetivo y fomentar la compra.

Participación de Mercado

La recopilación de información sobre importaciones de productos es esencial para el análisis de participación de mercado. Esta tarea implica la recopilación y organización de datos sobre el origen y destino de productos en Centroamérica, lo que permite evaluar la cuota de mercado de diferentes empresas y productos en la región. La organización de estos datos en una base de datos facilita el análisis y la filtración de información, ayudando a entender la posición competitiva y las tendencias del mercado.

Plan de Contenido para Condor TK

Un plan integral de contenido es crucial para revitalizar una marca que ha experimentado un descenso en su número de seguidores. Este plan debe incluir estrategias para captar la atención del público y fomentar su participación, basándose en un análisis detallado de las tendencias y preferencias del público objetivo. La adaptación de las estrategias de contenido asegura que la comunicación sea relevante y efectiva, fortaleciendo el vínculo con la comunidad y mejorando el rendimiento de la marca en las plataformas digitales.

Análisis de la Competencia de Condor TK

El análisis de la competencia en redes sociales implica el monitoreo de la actividad de los seguidores y la evaluación de tendencias relacionadas con la pérdida o ganancia de seguidores. Este análisis ayuda a identificar si las tendencias observadas en la cuenta de Condor T&K están relacionadas con las políticas de las plataformas sociales, como Instagram. Entender estos patrones permite ajustar las estrategias de marketing para mejorar la presencia en línea y la interacción con

el público.

Pautado de contenido

La pauta y promoción de publicaciones mediante Meta Ads Manager es una estrategia clave en el marketing digital. Este proceso incluye la creación y gestión de anuncios en redes sociales, seleccionando objetivos de campaña, segmentando audiencias y ajustando presupuestos. La optimización continua del rendimiento de los anuncios es esencial para maximizar el alcance y la efectividad de las publicaciones, garantizando que el contenido llegue a la audiencia deseada y genere resultados positivos.

Sugerencias del Público de Condor TK en Comentarios

La filtración y análisis de comentarios que contienen sugerencias de mejora es un proceso valioso para la innovación y optimización de productos. Este feedback proporciona información directa de los usuarios, permitiendo a la empresa identificar áreas de mejora y nuevas oportunidades para el desarrollo de productos. Utilizar este tipo de información para ajustar y mejorar los productos fortalece la relación con los clientes y fomenta la lealtad hacia la marca.

Edición de Contenido para Boletín Informativo

La redacción de comunicados para un boletín mensual interno es importante para mantener a los empleados informados sobre novedades y actualizaciones. La comunicación interna efectiva contribuye a la transparencia y el compromiso de los empleados, asegurando que estén al tanto de las últimas noticias y cambios en la empresa. Un boletín bien redactado ayuda a fomentar un sentido de comunidad y a mantener a todos los miembros del equipo alineados con los objetivos de la empresa.

Copywriting para Productos del Catálogo de EEUU

La redacción de copywriting en inglés para un catálogo de productos destinado al mercado de Estados Unidos es fundamental para la comunicación efectiva con el público objetivo. Este proceso incluye la creación de descripciones detalladas que destacan las características, especificaciones y beneficios de cada producto. La claridad y persuasión en la redacción son esenciales para captar la atención de los consumidores y fomentar la compra.

Propuestas de Contenido Inclusivo

Desarrollar contenido inclusivo es una práctica importante para promover la diversidad y la representación en el lugar de trabajo. Las propuestas de contenido inclusivo, como artículos, entrevistas y videos, ayudan a destacar las contribuciones de empleados de diferentes géneros y capacidades, fomentando un entorno laboral más inclusivo. Este tipo de contenido no solo mejora la imagen de la empresa, sino que también fortalece el compromiso con la inclusión y la equidad.

Clasificación de Productos

La clasificación de una data de productos, facilita la gestión y análisis de estos. Este proceso mejora la claridad y la accesibilidad de la información sobre los productos, permitiendo una gestión más eficiente y un análisis más detallado. La organización adecuada de los datos es crucial para optimizar la búsqueda y toma de decisiones.

Distribución de Racks

Los repotes de la distribución de los materiales de exhibición dados a clientes son esenciales para el seguimiento de inventarios. Este proceso asegura que la información sobre la asignación de los materiales de exhibición esté organizada, facilitando la planificación y ejecución de las distribuciones futuras. Un reporte bien estructurado ayuda a mantener un control preciso sobre la entrega y el uso de estos, mejorando la eficiencia en la gestión de recursos.

3.0 Descripción de las actividades realizadas

Elaboración de Calendario de Eventos para Condor

Se elaboró un calendario detallado de eventos de interés para Condor en EE.UU. Para esta tarea, se creó una tabla en Excel que incluye campos como la fecha, lugar, tipo de evento y enlaces a las ubicaciones. Se utilizaron las páginas oficiales de los organizadores para consultar las invitaciones y Google Maps para verificar las ubicaciones. Este enfoque permite un seguimiento actualizado de los eventos relevantes, facilitando la planificación para asistir a ellos o preparar contenido específico para cada ocasión, asegurando que Condor esté bien posicionado en eventos clave del mercado estadounidense.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 1** en el **Anexo 2**.

Monitoreo de precios

Durante el transcurso de la pasantía, se llevó a cabo un monitoreo recurrente de precios a los 17 distribuidores oficiales de Condor en Estados Unidos para detectar posibles fluctuaciones en los precios al cliente final. Este análisis se realizaba periódicamente, revisando las tiendas virtuales de estos distribuidores, con especial atención a los productos del catálogo 2024. En cada ocasión, los precios actuales de cada artículo se registraban en una tabla de Excel, lo que permitía verificar cualquier discrepancia con respecto a los precios sugeridos por el fabricante (MSRP) y asegurar que se cumplieran los precios mínimos de publicidad (MAP). Este monitoreo continuo fue clave para mantener la coherencia y competitividad en la estrategia de precios.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 2** en el **Anexo 2**.

Levantamiento de precios

Se llevó a cabo un levantamiento de precios a través de un formulario de Google Forms, enfocado en recopilar información detallada sobre productos clave proporcionados por el encargado de Trade Marketing. Este proceso incluyó una revisión exhaustiva de tiendas y catálogos virtuales de la competencia de IMACASA, con el objetivo de obtener los precios y otros detalles relevantes de los productos solicitados.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 3 y 4** en el **Anexo 2**.

Optimización de catalogo virtual

Se realizó una revisión exhaustiva del catálogo virtual, identificando errores en las fotografías, especificaciones, características y nombres de los productos. Durante este proceso, se registraron y corrigieron los errores en la base de datos del catálogo en Excel, y este posteriormente se entregó al equipo de sistemas. Este enfoque garantizó una presentación visual atractiva, sin fallos, y una navegación intuitiva para los usuarios.

Análisis de competencia IMACASA

Se realizó un análisis detallado de la presencia y estrategia en redes sociales de los competidores de IMACASA. Se centraron en perfiles de Instagram y Facebook de marcas como Bellota Sur América y Makita Latin America.

El análisis incluyó la recopilación de datos sobre la frecuencia de publicación, tipo de contenido, tono y estilo, temáticas principales, interacción y uso de hashtags. Se creó una matriz para comparar los perfiles de Instagram y Facebook de los competidores, resumiendo los datos clave y proporcionando una visión clara de las estrategias empleadas.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 5** en el **Anexo 2**.

Creación y organización de carpetas y fotografías para E-commerce

Se realizó la creación de carpetas para el almacenamiento de fotografías de productos tanto del catálogo de IMACASA como de gran parte del catálogo de Condor. El proceso comenzó copiando y pegando en Excel únicamente los nombres de las fotografías que ya estaban correctamente etiquetadas con sus respectivos códigos. Esto permitió pulir y verificar los nombres antes de proceder.

Luego, estos nombres fueron pegados en el Bloc de Notas junto a un comando que permitió la creación automática de carpetas, cada una nombrada con el código de su respectivo producto. Una vez que las carpetas estuvieron listas, se procedió a trasladar las fotografías a sus carpetas correspondientes, asegurando que cada fotografía estuviera en la carpeta adecuada. Este proceso se realizó minuciosamente, organizando producto por producto para mantener un sistema de almacenamiento ordenado y eficiente.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 6,7 y 8** en el **Anexo 2**.

KPIs de Redes Sociales

Se llevó a cabo una presentación mensual en PowerPoint para mostrar las métricas de las redes sociales, esto se trabajaba individualmente para IMACASA y Condor TK.

Para la recopilación de datos de Facebook e Instagram, se permitió acceso a Meta Business Suite, donde se obtuvieron y analizaron los resultados clave, como el número de interacciones, alcance, visualizaciones, entre otros, tanto de publicaciones orgánicas como pagadas. En la presentación también se reflejaban los datos del mes anterior, lo que permitió identificar aumentos, disminuciones y cualquier anomalía en el rendimiento actual.

Adicionalmente, se integraron los resultados de LinkedIn, YouTube, X (anteriormente Twitter) y Threads, estos resultados fueron proporcionados previamente. La presentación destacó los posts con mayor visualización e interacción, ofreciendo un panorama claro del desempeño de las campañas y permitiendo evaluar el impacto de la gestión de redes sociales.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 9** en el **Anexo 2**.

Resumen de comentarios negativos en Redes Sociales de Condor TK

Se llevó a cabo un análisis detallado de los comentarios negativos en las publicaciones de Facebook e Instagram de Condor TK. Los comentarios que expresaban quejas o descontento fueron recopilados y organizados en una tabla de Excel. Este proceso permitió identificar los productos con mayor número de quejas y descontento por parte del público, facilitando la toma de decisiones para mejorar la satisfacción del cliente y ajustar las estrategias de comunicación y producto.

Contenido para las Redes Sociales de IMACASA

Mensualmente se estructuró el contenido para IMACASA en una hoja de Excel, seleccionando productos estratégicamente. Esta selección se basó en datos de ventas del año anterior, con el objetivo de incluir productos en temporadas clave. Posteriormente, se planificó los pilares de contenido para cada producto, determinando las fechas y las redes sociales en las que se publicaría. Posteriormente, se elaboró una presentación en PowerPoint que detallaba la fecha, red social, pilar de contenido y el producto que se publicaría. Además, se incluyó en la presentación imágenes de referencia como propuestas para facilitar la toma de fotografías y para cada producto se redactó los copywriting utilizando técnicas de persuasión, asegurando que cada mensaje fuese impactante.

y alineado con los objetivos de marketing.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 10 y 11** en el **Anexo 2**.

Contenido para las redes sociales de Condor TK

Cada mes, se estructuró el contenido para las redes sociales de Condor TK en una hoja de Excel, seleccionando productos del catálogo 2024. Se organizó las fechas de publicación, respetando el calendario de Estados Unidos y la red social correspondientes.

Posteriormente, se preparó una presentación en PowerPoint que detallaba los detalles previamente organizados en Excel, se redactó los copywritings en inglés utilizando técnicas de persuasión, y se anexo por cada producto una imagen de referencia como propuestas para destacar los atributos del producto.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 12 y 13** en el **Anexo 2**.

Actividades de Trade Marketing

Se elaboraron varias presentaciones en PowerPoint para documentar las actividades de trade marketing realizadas entre enero y junio de 2024. Cada presentación abordó diferentes aspectos clave de las estrategias implementadas:

1. **Activaciones de Marca:** Se creó una presentación por mes, de enero a junio, para documentar las activaciones de marca realizadas diariamente en todo El Salvador. Para cada activación de marca se detalla la fecha, ubicación, ventas generadas, material promocional entregado, fotografías y evidencias de las encuestas realizadas como parte de cada activación. Estas presentaciones ofrecieron un análisis exhaustivo del impacto y la efectividad de las estrategias de activación de marca implementadas, proporcionando una visión integral de cada actividad.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 14** en el **Anexo 2**.

2. **Exhibiciones para Clientes:** Se preparó una presentación que documentaba las exhibiciones realizadas para los clientes de IMACASA desde enero hasta junio. Esta presentación incluía fotografías y detalles de cada exhibición, ofreciendo una visión integral de su impacto en las estrategias de marketing y relaciones comerciales durante el período mencionado.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 15** en el **Anexo 2**.

3. **Limpieza y Mantenimiento:** Se elaboró una presentación que detallaba las actividades de limpieza y mantenimiento efectuadas en las instalaciones de los clientes de IMACASA desde enero hasta junio. La presentación contenía información y fotografías detalladas de cada intervención, con el objetivo de ofrecer una visión completa de los trabajos realizados.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 16** en el **Anexo 2**.

Cada una de estas presentaciones proporcionó un análisis exhaustivo y visualmente detallado de las actividades de trade marketing, permitiendo una evaluación clara de las estrategias y su impacto en las operaciones y relaciones comerciales.

Análisis de la Integración de Productos en Battle Box

Se llevó a cabo una revisión detallada de los 110 videos en el canal de YouTube Battle Box, conocido por sus unboxings de cajas de supervivencia para distintas actividades, estas cajas incluyen productos como cuchillos, hachas, linternas, silbatos entre otras herramientas que se acoplan a la temática de la misma. Condor TK ha sido parte de estas cajas en ocasiones anteriores. El objetivo del análisis fue identificar los patrones de preferencia de la audiencia y evaluar la inclusión de productos de Condor. Se buscó discernir qué otros productos podrían ser de interés para Battle Box, con el fin de explorar oportunidades para ofrecer nuevas opciones o ediciones especiales. Este estudio ayudará a adaptar las propuestas de productos y a fortalecer la colaboración con el canal.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 17 y 18** en el **Anexo 2**.

Planificación de videos para locución

Se elaboró una planificación detallada en Excel para los videos a publicar mensualmente en las distintas redes sociales, incluyendo los siguientes contenidos:

- Reconocimiento de Clientes
- Herramienta Eléctrica
- Presentación de Herramientas para TikTok
- Unboxing para TikTok
- Cuñas para Merchandising (Producto del Mes)

Esta planificación, que abarca el período desde mayo del presente año hasta mayo de 2025, está dirigida tanto a El Salvador como a las filiales de Centroamérica. Además, facilita la coordinación con el encargado de la locución, asegurando que todo esté listo con anticipación.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 19 y 20** en el **Anexo 2**.

Portadillas para sitio web

Se llevó a cabo un proceso meticuloso de selección, enfocado en identificar las imágenes más impactantes y contextualizadas previamente compartidas en diversas plataformas de redes sociales. Estas imágenes fueron destinadas a ser utilizadas como portadas para cada una de las categorías del catálogo de IMACASA en el sitio web en desarrollo.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 21** en el **Anexo 2**.

Iconos de los pilares IMACASA

Se elaboró un informe detallado sobre el significado de cada pilar para las redes sociales de IMACASA, donde se explicó cómo y cuándo utilizar cada uno, así como la razón detrás de su uso. Además, se propusieron logotipos para representar visualmente cada pilar

Script para videos

Se redactaron diversos scripts para videos destinados a las redes sociales de IMACASA, abarcando varias áreas clave de la empresa. Entre ellos, se elaboró un script para comunicar la exitosa finalización de un diplomado en mecánica para maquinaria, dirigido a los empleados de todas sus filiales. Este se enfocó el compromiso de IMACASA con la capacitación continua y la excelencia en el servicio, y fue utilizado tanto en redes sociales como en los comunicados internos.

Se desarrolló otro script para YouTube y redes sociales en el que se conmemora el aniversario de 60 años de IMACASA. Este script captura la historia y logros de la empresa a lo largo de sus décadas de existencia, resaltando su legado y contribuciones al sector. Para la elaboración de este guion, se tomó como guía el video realizado para el 58° aniversario de IMACASA, asegurando así una continuidad en la narrativa y estilo visual que refleje la evolución y constancia de la marca.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 22 y 23** en el **Anexo 2**.

Reestructuración de contenido para Condor TK

Tras detectar una disminución en los indicadores de las redes sociales de Condor TK en los últimos meses, se llevó a cabo un análisis exhaustivo para identificar las posibles causas. Como resultado, se determinó que una de las áreas clave a mejorar era la estructura de los copywriting utilizados en las publicaciones. Se sugirió implementar palabras clave relevantes en el rubro y evitar términos

que pudieran ser percibidos como amenazantes por plataformas como Facebook e Instagram, dado el tipo de productos que maneja Condor TK.

Además, se observó que en cada publicación se incluía un enlace al sitio web como un llamado a la acción, para que los usuarios pudieran conocer más sobre los productos. Sin embargo, considerando que las herramientas de cuchillería podrían ser interpretadas como una amenaza por los algoritmos de Meta, se recomendó dejar de incluir el enlace directo y, en su lugar, simplemente mencionar el sitio web. Esta estrategia busca evitar posibles penalizaciones o restricciones en la visibilidad de las publicaciones.

Creación de cuentas de LinkedIn para empleados

El departamento de marketing tomó la iniciativa de fomentar la creación de cuentas de LinkedIn entre los empleados. Para ello, se realizó inicialmente una búsqueda en la plataforma para determinar cuántos empleados ya poseían una cuenta y cuántos aún no la tenían. Posteriormente, se diseñó una metodología para asegurar un enfoque organizado y efectivo en la motivación y facilitación de la creación de cuentas por parte de aquellos empleados que aún no contaban con una.

Con la lista de empleados identificados, se procedió a crear un script para un correo electrónico que se enviaría a los empleados. Tras la aprobación del script, se envió el correo, solicitando su colaboración para crear su cuenta en la plataforma. Además, se elaboró un video tutorial sobre cómo crear una cuenta de LinkedIn. Este tutorial fue grabado utilizando una extensión para grabar la pantalla y se editó en la aplicación CapCut, donde se pulieron los detalles y se añadieron subtítulos. El video se adjuntó al correo para facilitar el proceso a los empleados.

Una semana después del envío del correo, se realizó una nueva búsqueda en LinkedIn para verificar cuántos empleados habían colaborado creando su cuenta. Aquellos que aún no la habían creado fueron visitados en su lugar de trabajo, donde se les ofreció asistencia personalizada para la creación de sus perfiles. La mayoría de ellos completó el proceso con esta ayuda, mientras que una minoría optó por no crear la cuenta. De esta manera, se concluyó la tarea, logrando un aumento significativo en la presencia de los empleados en la plataforma.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 24, 25, 26 y 27** en el **Anexo 2**.

Descarga de fotografías de IMACASA y Condor TK

Se realizó la búsqueda y descarga de fotografías previamente publicadas en Facebook e Instagram para enriquecer el banco de imágenes de los productos de IMACASA y Condor. Esta actividad permitió ampliar la colección de recursos visuales disponibles para diversos usos

Edición de Fotografías

Después de la descarga de las fotografías, se procedió a su edición. Una parte significativa de las imágenes fue ajustada en dimensiones según las especificaciones del equipo de E-commerce, utilizando el software en línea Photoshoopea. Adicionalmente, se emplearon herramientas de edición como PicStar y PhotoRoom para eliminar logos no deseados. Se utilizó Adobe Firefly para la ampliación de las fotografías y la aplicación de relleno regenerativo mediante inteligencia artificial, Se editaron de 1 a 2 fotos por producto para garantizar que cumplieran con los estándares requeridos y se adaptaran a los diversos usos previstos. Esto se hizo para fotografías de IMACASA y Condor TK.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 28, 29 y 30** en el **Anexo 2**.

Clasificación de fotografías para categorías de E-commerce

Se desarrolló una clasificación de los productos de IMACASA en Excel, organizada según cada categoría del catálogo. Después de clasificar los productos, se seleccionó una fotografía representativa para cada tipo de producto, de modo que una imagen pudiera representar un grupo de productos iguales o muy similares. En la tabla, se incluyó el código de las fotografías, en lugar de las imágenes mismas. De esta manera, los productos quedaron enlistados y clasificados por categoría, tipo, y con una imagen de referencia para cada grupo. Esta clasificación se creó específicamente para el proyecto de E-commerce, proporcionando una estructura organizativa eficiente que facilita la selección y el uso de imágenes correspondientes a cada tipo de producto

Búsqueda de Direcciones y Clasificación de Códigos Postales de Clientes IMACASA

Se compartió una base de datos en Excel que contiene información detallada sobre los clientes de IMACASA en El Salvador y sus filiales. Se solicitó agregar los códigos postales y las ciudades correspondientes para cada cliente. Dado que la base de datos ya incluía las direcciones, aunque

algunas incompletas, se creó un campo adicional para registrar la ciudad y el código postal. Para completar esta tarea, se utilizó ChatGPT, junto con páginas municipales para obtener los códigos postales y Google Maps para confirmar las ubicaciones. Esta actualización tiene como objetivo mejorar la gestión logística y los envíos del E-commerce, permitiendo una distribución más eficiente y precisa de los productos a los clientes en todo el país.

Portafolio de fotos de inspiración para contenido de Condor TK

Se desarrolló un portafolio de fotografías de inspiración para el contenido de Condor. Este portafolio sirve como una valiosa fuente de ideas para ángulos fotográficos, selección de materiales de ambientación, y temáticas de fotografía, entre otros aspectos. Además, el portafolio facilita el monitoreo de las actividades de la competencia en redes sociales, proporcionando información útil para ajustar y mejorar las estrategias de contenido.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 31** en el **Anexo 2**.

Artículos de revista

Se realizó una búsqueda de revistas especializadas en cuchillería en Estados Unidos para identificar si alguno de sus artículos o blogs mencionaba productos de Condor. Este proceso permite mantenerse al tanto de las reseñas y percepciones del mercado sobre los productos, además de proporcionar contenido valioso para compartir en redes sociales.

Gastos publicitarios

Se compartió un documento en Excel que documenta los gastos publicitarios mensuales. En dos ocasiones se solicitó colaboración para realizar estos gastos siguiendo la estructura previamente establecida. El presupuesto se distribuyó entre Facebook e Instagram para los países de El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Guatemala, Honduras y Panamá. Además, se buscaron y seleccionaron las publicaciones que se pautarían en cada país, asignando el presupuesto correspondiente a cada una.

Cuñas publicitarias

Se produjeron cinco cuñas publicitarias de audio específicamente para las carretillas de IMACASA. Cada cuña detallaba el mensaje, producto, narrativa, elementos auditivos, duración y frecuencia. Estas cuñas fueron diseñadas para captar la atención del público objetivo y promover eficazmente los productos durante las actividades de promoción en las áreas seleccionadas.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 32** en el **Anexo 2**.

Participación de mercado

Para ejecutar esta tarea se colaboró con la recopilación de información sobre las importaciones más recientes de 30 productos específicos, de los países de Centroamérica.

Para esto, se utilizó DataSur, una plataforma especializada en la gestión de datos de comercio internacional. Se compartieron las credenciales necesarias para acceder a la plataforma y se descargaron las partidas arancelarias de los productos proporcionados. Estas partidas incluían detalles como fecha, número de partida arancelaria, descripción del producto, país de origen, país de destino, entre otros campos. Cada partida arancelaria se exportó individualmente en un archivo Excel, resultando en un total de 30 partidas arancelarias por cada país de Centroamérica.

Posteriormente, se solicitó que, a cada archivo, es decir, a cada partida descargada, se le añadieran campos adicionales en el que era necesario concatenar otros campos, esto para facilitar la filtración en la base de datos.

Plan de contenido para Condor TK

Se ha desarrollado un plan de acción para mejorar el contenido de Córdor, en respuesta al reciente descenso en el número de seguidores. Este plan incluye estrategias diseñadas para captar y fomentar la participación de los usuarios, con el objetivo de fortalecer el vínculo con la comunidad y revitalizar el interés en la plataforma. La estructura del plan es la siguiente:

1. Análisis del contenido existente.
2. Definición de objetivos claros.
3. Consolidación del perfil del público objetivo.
4. Análisis de la competencia.
5. Desarrollo de nuevas estrategias de contenido.
6. Involucrar a la audiencia.

7. Implementación de marketing de influencers.
8. Ajuste y mejora continua.
9. Documentación y comunicación de los avances.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 34 y 35** en el **Anexo 2**.

Análisis de competencia de Condor TK

Análisis de la competencia de Condor T&K: Se elaboró un informe detallado sobre los seguidores actuales de Instagram de la competencia de Cónдор en ese momento. El objetivo era monitorear mensualmente si estas cuentas también experimentaban pérdida de seguidores, con el fin de deducir si este fenómeno podría estar relacionado con las políticas continuas de Instagram respecto a contenido delicado, considerando el rubro al que se dedica Condor.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 33** en el **Anexo 2**.

Pautado de contenido IMACASA

Se enseñó a pautar y promocionar publicaciones utilizando Meta Ads. Esta actividad consistió en crear anuncios para redes sociales como Facebook e Instagram, empleando la plataforma Meta Ads Manager. El proceso incluyó la selección del objetivo de la campaña, la segmentación del público objetivo, la creación de anuncios atractivos y la asignación de un presupuesto adecuado para maximizar el impacto de las campañas.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 36 y 37** en el **Anexo 2**.

Sugerencias del Público de Condor TK en Comentarios

Se realizó un filtrado de los comentarios registrados en el sistema de interacciones, enfocándose en aquellos que contenían sugerencias de mejora o ideas para nuevos productos desde el año 2021. El propósito de este proceso fue recopilar y analizar la opinión valiosa proporcionado por los usuarios, con el objetivo de identificar oportunidades de innovación y optimización de los productos Condor.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 38** en el **Anexo 2**.

Edición de Contenido para Boletín Informativo

Se apoyó en la redacción de los comunicados del boletín mensual dirigido a los empleados, este va con el objetivo de mantenerlos informados sobre las novedades y actualizaciones relevantes de la empresa.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 39** en el **Anexo 2**.

Copywriting para Productos del Catálogo de EEUU

Se trabajó en la redacción de los copywriting en inglés para el catálogo de IMACASA destinado al mercado de Estados Unidos. Este proceso incluyó la elaboración de copias detalladas que incorporaran las características, especificaciones y beneficios de cada producto, con el objetivo de proporcionar una comunicación clara y persuasiva para el público objetivo en dicho mercado.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 40** en el **Anexo 2**.

Propuestas de contenido inclusivo

Se desarrollaron propuestas para crear contenido inclusivo con el objetivo de destacar y dar visibilidad a las contribuciones de las empleadas mujeres y personas con discapacidad. Para ello, se sugirió la elaboración de diversos formatos de contenido, como entrevistas, reconocimientos, agradecimientos y videos que muestren su trabajo y actividades diarias. También se recomendó integrarlos de manera sutil en el contenido diario. Para apoyar estas iniciativas, se redactaron ejemplos, guiones y sugerencias de fotografías. Este contenido fue diseñado para resaltar las experiencias y logros de estos empleados, promoviendo una mayor representación y un entorno inclusivo dentro de la empresa. La implementación de estas propuestas contribuirá a visibilizar la diversidad en el lugar de trabajo y a fortalecer el compromiso con la inclusión.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 41 y 42** en el **Anexo 2**.

Clasificación de productos

Se asignó la tarea de separar y clasificar los nombres de una lista de productos dada en un archivo de Excel, desglosando cada nombre en categorías específicas por celda. Cada nombre se dividió en las siguientes categorías: primer nombre del producto, complemento del nombre, modelo, característica 1, característica 2, y demás detalles. Este proceso implicó identificar y organizar estos componentes para cada nombre de producto, ingresándolos en celdas separadas, lo que mejora la claridad y facilita el análisis y la gestión de los datos. Dado que el archivo era extenso y

el trabajo manual no era viable, se utilizó la ayuda de ChatGPT y Visual Basic para crear macros que ejecutaran acciones específicas, agilizando así la tarea.

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 43** en el **Anexo 2**.

Distribución de Racks

Se elaboró una tabla en Excel para estructurar la información sobre la distribución de diferentes tipos de racks a los clientes de IMACASA. En esta tabla, se detallaron los siguientes aspectos: el tipo de rack, el código del rack, la cantidad de racks, la fecha de distribución, el cliente y el vendedor. Esta organización precisa facilita el seguimiento y la gestión eficiente de las distribuciones

Para la documentación visual de esta actividad, consulte la **Imagen 44** en el **Anexo 2**.

Apoyo con impresiones y troquelados

Se colaboró en la producción de material impreso y troquelados, supervisando cada etapa del proceso para garantizar que todo se desarrollara correctamente y detectar posibles errores. Este trabajo incluyó la verificación de copias, tarjetas de presentación, catálogos, viñetas y otros materiales similares, asegurando la calidad y precisión en cada uno de ellos.

Apoyo con toma de fotografías

Se apoyó al equipo de mercadeo con la toma de fotografías para las redes sociales de manera regular, asistiendo en la carga del material fotográfico y, en ocasiones, participando activamente en las fotográficas. Esta colaboración facilitó la creación de contenido visual de alta calidad y aseguró un flujo constante de publicaciones atractivas en las plataformas digitales.

Organización de vallas publicitarias

Se proporcionó apoyo en la organización de la información de 46 vallas publicitarias ubicadas en Santa Ana, La Libertad, San Miguel, San Salvador y Sonsonate. Esta tarea incluyó la organización de las ubicaciones específicas, las medidas de cada pantalla y el nivel de su alcance.

Apoyo con correcciones ortográficas

Se brindó apoyo en la corrección de ortografía en los documentos relacionados con las herramientas IMACASA. Esta actividad consistió en verificar y corregir errores ortográficos en

los textos para asegurar la precisión y calidad de la información.

Apoyo con organización del estudio

El departamento de marketing se unió para llevar a cabo la limpieza y organización del estudio de fotografía y la bodega del departamento.

Buscar proveedores de transferencia térmica

Se colaboro en la búsqueda de proveedores de transferencia térmica tanto en El Salvador como en otros países de Centroamérica.

Búsqueda de proyectos agrícolas

Se colaboró en la investigación de proyectos sobre cultivos hidropónicos y riego controlado en El Salvador, administrados por entidades como ISTA, USAID, UES, CENTA, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, y otras organizaciones involucradas en este tipo de iniciativas. Para llevar a cabo esta investigación, se visitaron los sitios web y las redes sociales de cada entidad para recopilar información actualizada. El objetivo fue identificar proyectos relevantes que puedan beneficiar a la comunidad local y mejorar las prácticas agrícolas, con el fin de proponer alianzas, patrocinios y/o apoyo.

Apoyo con observaciones a liberaciones

Se brindó apoyo al departamento de diseño y desarrollo trasladando las observaciones de las liberaciones de productos, a las especificaciones correspondientes. Este apoyo se realizó para asistir al equipo en un momento de alta carga laboral y urgencia.

Apoyo con asignación de códigos de barra

Se recibió la tarea de asignar códigos de barras a una lista de productos, utilizando dos archivos: uno con la lista de productos y otro con los códigos de barras correspondientes. Para completar esta tarea, se utilizó la función BUSCARV en Excel para vincular cada producto con su código de barras adecuado. Este proceso garantizó que cada producto tuviera el código de barras correcto asociado, facilitando así la gestión y seguimiento de inventarios.

4.0 Conocimientos aprendidos en el estudio de la carrera y puestos en práctica en la pasantía

Durante la pasantía, se implementaron conocimientos clave adquiridos en la carrera, lo que permitió una ejecución efectiva de las tareas asignadas. Estas competencias académicas fueron esenciales para optimizar procesos y mejorar la eficiencia en las actividades realizadas.

Análisis crítico

Durante la pasantía, se asignó una tarea de gran importancia: la reestructuración de los textos para las redes sociales de Condor TK, junto con un análisis exhaustivo de las posibles causas de la pérdida de seguidores en Instagram. Para abordar esta tarea de manera efectiva, se requirió un enfoque analítico y crítico para identificar deficiencias en el contenido existente. Este análisis detallado permitió proponer soluciones y nuevas estrategias de contenido que ayudarán a revitalizar la presencia en las redes sociales y mejorar el compromiso de la audiencia.

Segmentación para Redes Sociales

Se elaboraron segmentaciones detalladas para las campañas publicitarias de Facebook, aplicando principios aprendidos en la carrera. El objetivo fue dirigir anuncios específicamente a grupos demográficos, geográficos, de intereses y comportamientos afines, optimizando así la relevancia del mensaje para cada audiencia.

Aplicación de Teoría de Marketing

Durante el proceso de estructuración de contenido, se aplicaron estrategias de marketing y comunicación, conceptos clave estudiados en la universidad. Esta actividad implicó la creación de materiales visuales y textuales que no solo destacaron las características y beneficios de los productos, sino que también se alinearon con las estrategias de marketing para captar la atención del público objetivo. El proceso incluyó la identificación y priorización de productos según su relevancia estacional y su desempeño en el mercado, aplicando principios aprendidos en la universidad sobre segmentación de mercado y planificación estratégica.

Análisis de la competencia.

Durante la pasantía, se llevaron a cabo análisis exhaustivos de la competencia para Condor TK e IMACASA. Estas actividades incluyeron la evaluación de estrategias de marketing y la identificación de prácticas destacadas dentro del sector. Se revisaron diversas fuentes, como publicaciones en redes sociales y sitios web, para comprender las tendencias actuales y las técnicas utilizadas por los competidores. Esta información permitió ajustar las estrategias de contenido y promoción de Condor TK e IMACASA, aplicando conocimientos teóricos a situaciones prácticas y contribuyendo a la optimización de las campañas de marketing y la mejora de la presencia en el mercado.

Uso de Herramientas Digitales

Durante la pasantía, se demostró competencia en el uso de herramientas digitales como Excel, PowerPoint y Canva, habilidades que se aprendieron en la universidad. Estas herramientas resultaron esenciales para realizar análisis de datos, crear presentaciones efectivas y diseñar materiales visuales. La aplicación práctica de estos conocimientos facilitó la implementación y comunicación de las estrategias de marketing, contribuyendo significativamente al desarrollo y ejecución de las actividades relacionadas con la pasantía.

5.0 Conocimientos nuevos adquiridos en el desarrollo de la pasantía

Durante la pasantía, se adquirieron diversas habilidades y conocimientos técnicos que contribuyeron significativamente a la optimización del tiempo y la mejora de la eficiencia en la realización de actividades e informes.

Funciones en Excel:

Se desarrolló una habilidad destacada en el manejo de funciones de Excel, tales como búsqueda, separación de textos, sustitución, concatenación, entre otras. Estas herramientas fueron fundamentales para automatizar diversas tareas e informes asignados, agilizando notablemente los procesos y mejorando tanto la precisión como la eficiencia de los resultados.

Uso de Meta Business Suite:

Se adquirió formación en la creación y gestión de campañas publicitarias a través de Meta Business Suite. Este conocimiento incluyó la habilidad para extraer estadísticas específicas de cada publicación, lo que permitió una mejor comprensión del rendimiento de las campañas y la optimización de futuras estrategias basadas en los datos obtenidos.

Promoción de Publicaciones en Meta:

Se aprendió a utilizar la plataforma Meta para promocionar publicaciones de manera efectiva. Este aprendizaje abarcó la gestión de presupuestos para campañas, la segmentación de mercado, así como la selección de objetivos de marketing adecuados. La experiencia proporcionó una comprensión práctica sobre la implementación de estrategias de promoción exitosas en esta plataforma digital.

Uso de Adobe Firefly:

Se dominó el uso de Adobe Firefly para el relleno regenerativo de fotografías, desarrollando habilidades precisas en la restauración y mejora de imágenes. Esto incluyó la eliminación de elementos no deseados, la reconstrucción de áreas dañadas y la optimización general de la calidad visual, fortaleciendo así las competencias en edición avanzada de imágenes.

Integración de Herramientas de Inteligencia Artificial:

Durante este período, se adquirieron competencias en la integración de herramientas de inteligencia artificial como ChatGPT y Gemini con otras plataformas, lo que permitió mejorar la eficiencia y efectividad en la ejecución de tareas. Se aprendió a combinar estas herramientas para maximizar su utilidad, aprovechando al máximo sus funcionalidades y ventajas en conjunto con otros recursos.

Automatización de Procesos con Excel y PowerPoint:

Se desarrollaron nuevas habilidades en la automatización de procesos mediante VBA (Visual Basic for Applications) en Excel y PowerPoint. Esta experiencia mejoró la eficiencia en la gestión de datos y en la creación de presentaciones, simplificando tareas repetitivas y optimizando los flujos de trabajo.

6.0 Conclusión

En conclusión, la pasantía en IMACASA fue una experiencia extremadamente enriquecedora que ha complementado de manera significativa la formación académica y profesional. A lo largo de este período, se tuvo la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en el aula a situaciones reales, permitiéndolo desarrollar habilidades prácticas esenciales para el campo del marketing internacional.

El tiempo en IMACASA permitió no solo fortalecer la disciplina y la capacidad de organización, sino también mejorar habilidades clave como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, la resolución de problemas y la gestión del tiempo. Se adquirió una comprensión más profunda del funcionamiento interno del departamento de mercadeo y se involucró en una variedad de actividades, desde la planificación de contenidos hasta la optimización de estrategias de marketing.

Esta pasantía fue fundamental para forjar una base sólida en el ámbito profesional, ofreciendo una visión clara y práctica del trabajo en el campo del marketing. Cada día representó una oportunidad para aprender, adaptarse y aplicar nuevas estrategias, contribuyendo de manera significativa al desarrollo del perfil profesional para futuros desafíos en la industria.

7.0 Anexos

Anexo 1: glosario

- **Pilar:** Los pilares de contenido son temas o categorías amplias y generales que representan los principales intereses de la audiencia. En otras palabras, son los temas centrales en los que se enfoca el contenido de redes sociales.
- **Script:** Es un documento escrito que actúa como referencia para el hablante al interactuar con el cliente o público en redes, también puede interpretarse como un guion para contenido como videos y audios.
- **Copywriting:** Proceso de redactar textos persuasivos y atractivos para fines publicitarios y de marketing. Se enfoca en crear mensajes que capturen la atención del público objetivo, promuevan productos o servicios, y motiven a los lectores a tomar acciones específicas, como realizar una compra o suscribirse a un boletín.
- **Unboxing:** Tendencia en redes sociales basada en la práctica de sacar un producto de su caja o embalaje, grabarlo y compartirlo en redes. También se refiere a la experiencia o el acto de desempaquetar un producto.
- **Photoshoopea:** Herramienta para edición de fotografías.
- **Adobe FireFly:** Herramienta de Adobe utilizada para el relleno regenerativo y restauración avanzada de fotografías.
- **Cuñas Publicitarias:** Fragmentos breves de contenido audiovisual, diseñados para captar la atención del espectador u oyente y transmitir un mensaje comercial de manera efectiva. Se utilizan en medios como televisión, radio, y plataformas digitales, y suelen tener una duración de entre 15 a 60 segundos. Las cuñas publicitarias están pensadas para impactar rápidamente al público, destacando los beneficios de un producto o servicio e incentivando a la acción.
- **Pautar:** Acción de planificar y comprar espacios publicitarios en diferentes medios para promocionar productos, servicios o marcas específicas.
- **Meta Ads Manager:** Plataforma de gestión de anuncios de Meta que permite crear, gestionar y analizar campañas publicitarias en Facebook, Instagram y otras aplicaciones del ecosistema Meta. Ofrece herramientas para segmentar audiencias, establecer presupuestos, diseñar anuncios y medir el rendimiento de las campañas.
- **Feedback:** Retroalimentación o información proporcionada por los usuarios sobre un producto, servicio o proceso. Incluye opiniones, comentarios y sugerencias que se utilizan para identificar áreas de mejora y oportunidades para la innovación.

- **Liberaciones:** En desarrollo y diseño de productos, se refiere a la aprobación y publicación oficial de nuevas versiones o actualizaciones de productos, asegurando que cumplan con los estándares requeridos.
- **Especificaciones:** Documentos o descripciones detalladas que definen los requisitos y características técnicas de un producto, proyecto o proceso, asegurando que el resultado final sea conforme a lo esperado.
- **VBA (Visual Basic for Applications):** Lenguaje de programación integrado en aplicaciones de Microsoft Office, como Excel y PowerPoint, que permite a los usuarios automatizar tareas y crear macros personalizadas. Facilita la personalización de procesos, la automatización de tareas repetitivas y el desarrollo de soluciones avanzadas dentro de las aplicaciones de Office.
- **ChatGPT:** Modelo de lenguaje desarrollado por OpenAI que utiliza inteligencia artificial para generar texto basado en las entradas del usuario. Se emplea en diversas aplicaciones, incluyendo la creación de contenido, asistencia virtual, y análisis de texto.
- **Gemini:** Plataforma de inteligencia artificial desarrollada por Google DeepMind. Está diseñada para tareas avanzadas de procesamiento de lenguaje natural, permitiendo la creación de texto, análisis de datos, y otras aplicaciones de IA en diversos sectores.
- **E-commerce:** Abreviatura de "comercio electrónico", es la compra y venta de bienes o servicios a través de Internet. Las transacciones de e-commerce incluyen desde productos físicos hasta servicios digitales, y pueden realizarse en plataformas específicas de venta, sitios web de empresas, o a través de aplicaciones móviles.
- **KPIs (Key Performance Indicators):** Indicadores Clave de Desempeño, son métricas utilizadas para evaluar y medir el rendimiento de una empresa, proyecto o campaña en relación con sus objetivos estratégicos. en este contexto el desempeño de las redes sociales.
- **CapCut:** Herramienta de edición de video fácil de usar, popular en redes sociales para crear y personalizar contenido audiovisual.
- **Battle Box:** Canal de YouTube dedicado a realizar comparaciones y análisis detallados de productos, destacando sus características, ventajas y desventajas en un formato de reseñas y enfrentamientos.

Anexo 2: Imágenes

Imagen 01 Calendario de eventos de interés para Condor TK

Evento	Fecha	Lugar	Link
Shot Show	January, 23-26, 2024	Venetian Expo + Caesars Forum, Las Vegas	https://shotshow.org/
Brian Lebel's Old West Events	January 26 y 27, 2024	Ballroom West in the Westgate Resort & Casino, Las Vegas	https://www.antiqwaremsshow.com/
Gator Cutlery Club Show	January 26 - 28, 2024	RP Funding Center (formerly Lakeland Center)	https://www.gatorcutlery.com/
Perth Knife Show	February 3 y 4, 2024	Esplanade Hotel Fremantle, Washington.	https://knifeartassociation.com/the-perth-knife-show/
Great American Outdoor Show	February 3-11, 2024	Pennsylvania Farm Show Complex.	https://www.greatamericanoutdoorshow.org/
Tactical Knife Invitational	February 9, 2024	Warner Center Marriott, Woodland Hills, CA.	https://recon1.com/pages/tki
Spring California Custom Knife Show	February 10 y 11, 2024	Warner Center Marriott, Woodland Hills, CA.	https://recon1.com/pages/cks-spring
Blade Show Texas	February 23 y 24, 2024	Fort Worth, Texas.	https://bladeshowtexas.com/
Keystone Blade Association Knife Show	February 23 y 24, 2024	Best Western Plus Country Cupboard Inn, Lewisburg, PA	https://allevents.in/lewisburg/custom-knife-show/20002598466619
IWA Outdoor Classics Exhibition.	February 29, 2024	Exhibition Centre Nuremberg	https://www.iwa.info/en/exhibition-info/exhibition-profile
Spirit of the Blade Custom Knife Show	March 01, 2024	Duke Lundgard Building, troy, Ohio	https://allevents.in/troy/spirit-of-the-blade-custom-knife-show/200025359760128
Spring Spirit of Steel, Knife Show	March 15-17, 2024	Pigeon Forge, Tennessee	https://brucevovlas.com/
Badger Knife Club Knife Show	March 22-24, 2024	Holiday Inn Express Janesville, WI	https://badgerknifeclub.com/show/index.shtml
Arts in Metal Premier Art Knife Exhibition	March 28, 2024	The Westin Jersey City Newport, New Jersey	https://www.artsinmetalshow.com/
Greater Shenandoah Valley, Knife Show	April 5 y 6 2024	Rockingham County Fairgrounds, Harrisonburg VA	https://www.shenandoahvalleyknifecollectors.com/
Batson Bladesmithing Symposium & Knife Show	April 5 - 7, 2024	McCalla, Alabama.	james.j.batson@gmail.com

Imagen 02 Monitoreo de precios

PRODUCT	RANK	MSRP	MAAP	WEBSITE	STOR	PRICE	FECHA	SEMAN	MES
HEAVY DUTY KUKRI KNIFE	2	\$ 117.91	\$ 100.23	SMOKY MOUNTAIN KNIFE WORKS		N/A	6-jun-24	23	6
Golok Machete 14 Inch With Leath Sheath	3	\$ 114.38	\$ 97.22	SMOKY MOUNTAIN KNIFE WORKS		\$97.22	6-jun-24	23	6
Bushlore Knife 4 5/16 In W/leath.sheat	4	\$ 72.99	\$ 62.04	SMOKY MOUNTAIN KNIFE WORKS		\$62.04	6-jun-24	23	6
MINI DUKU PARANG MACHETE	5	\$ 114.38	\$ 97.22	SMOKY MOUNTAIN KNIFE WORKS		\$97.22	6-jun-24	23	6
DUKU PARANG MACHET	6	\$ 125.82	\$ 106.94	SMOKY MOUNTAIN KNIFE WORKS		N/A	6-jun-24	23	6
Bushcraft Parang Machete W/ Ballistic	7	\$ 85.78	\$ 72.91	SMOKY MOUNTAIN KNIFE WORKS		\$72.91	6-jun-24	23	6
Hudson Bay Knife 8 1/2 In W/leath.sheath	8	\$ 89.83	\$ 76.36	SMOKY MOUNTAIN KNIFE WORKS		\$76.36	6-jun-24	23	6
K-TACT KLKRI KNIFE ARMY GREEN	9	\$ 162.84	\$ 138.42	SMOKY MOUNTAIN KNIFE WORKS		\$138.42	6-jun-24	23	6
OTZI KNIFE	10	\$ 78.60	\$ 66.81	SMOKY MOUNTAIN KNIFE WORKS		\$66.81	6-jun-24	23	6
EL SALVADOR MACHETE WOOD HANDLE W/ LEATH	1	\$ 91.50	\$ 77.77	KNIFE CENTER		\$77.77	6-jun-24	23	6
HEAVY DUTY KUKRI KNIFE	2	\$ 117.91	\$ 100.23	KNIFE CENTER		N/A	6-jun-24	23	6
Golok Machete 14 Inch With Leath Sheath	3	\$ 114.38	\$ 97.22	KNIFE CENTER		\$97.22	6-jun-24	23	6
Bushlore Knife 4 5/16 In W/leath.sheat	4	\$ 72.99	\$ 62.04	KNIFE CENTER		\$62.04	6-jun-24	23	6
MINI DUKU PARANG MACHETE	5	\$ 114.38	\$ 97.22	KNIFE CENTER		\$97.22	6-jun-24	23	6
DUKU PARANG MACHET	6	\$ 125.82	\$ 106.94	KNIFE CENTER		\$106.94	6-jun-24	23	6
Bushcraft Parang Machete W/ Ballistic	7	\$ 85.78	\$ 72.91	KNIFE CENTER		\$72.91	6-jun-24	23	6
Hudson Bay Knife 8 1/2 In W/leath.sheath	8	\$ 89.83	\$ 76.36	KNIFE CENTER		\$76.36	6-jun-24	23	6
K-TACT KLKRI KNIFE ARMY GREEN	9	\$ 162.84	\$ 138.42	KNIFE CENTER		\$138.42	6-jun-24	23	6
OTZI KNIFE	10	\$ 78.60	\$ 66.81	KNIFE CENTER		\$66.81	6-jun-24	23	6
EL SALVADOR MACHETE WOOD HANDLE W/ LEATH	1	\$ 91.50	\$ 77.77	COUNTRY KNIVES		\$100.00	6-jun-24	23	6
HEAVY DUTY KUKRI KNIFE	2	\$ 117.91	\$ 100.23	COUNTRY KNIVES		\$118.00	6-jun-24	23	6
Golok Machete 14 Inch With Leath Sheath	3	\$ 114.38	\$ 97.22	COUNTRY KNIVES		\$115.00	6-jun-24	23	6

Imagen 03 Levantamiento de precios



Imagen 04 Levantamiento de precios

LEVANTAMIENTO DE PRECIOS

ph18033@ues.edu.sv [Cambiar de cuenta](#) Borrador guardado

El nombre, el correo y la foto asociados a tu cuenta de Google se registrarán cuando subas archivos y envíes este formulario

Los archivos que se suban se compartirán fuera de la organización a la que pertenecen.

*** Indica que la pregunta es obligatoria**

Pais *

EL SALVADOR ▼

Código *

f0073

PRECIO *

Imagen 05 Análisis de la competencia de IMACASA

Facebook						Instagram					
Marca	Likes	Frecuencia de Publicación	Tipo de Contenido	Interacción con el Público	Estrategias Detectadas	Marca	Seguidores	Frecuencia de Publicación	Tipo de Contenido	Interacción con el Público	Estrategias Detectadas
Stanley	1.3 millones	Diaria	Reels de usos de herramientas, promociones, lanzamientos de productos.	Baja	Foco en contenido visual como reels, pero con baja interacción.	Stanley	155 mil	Diaria	Tips, contenido educativo y reels de herramientas.	Alta	Foco en contenido educativo y tips con mayor interacción que en Facebook.
Makita	142 mil	Frecuente	Promociones, fotos con detalles de productos, reels.	Baja	Diversificación del contenido visual, aunque con baja interacción.	Makita	760 mil	Frecuente	Fotografías usando productos, reels.	Alta	Mayor interacción en comparación con Facebook, con posts que suelen recibir alrededor de 300 reacciones.
Truper	-	Sin actividad	N/A	N/A	Sin actividad en redes sociales.	Truper	-	Sin actividad	N/A	N/A	Sin actividad en redes sociales.
Bellota	4.6 mil	Semanal	Consejos de uso, promociones, fotos ambientadas y pocos reels.	Baja	Enfoque en contenido educativo y fotos, con	Bellota	3.6 mil	Frecuente	Fotos ambientadas, pocos reels.	Media	Contenido frecuente con un enfoque en fotos y pocos reels, con interacción media.

Imagen 06 Creación de carpetas

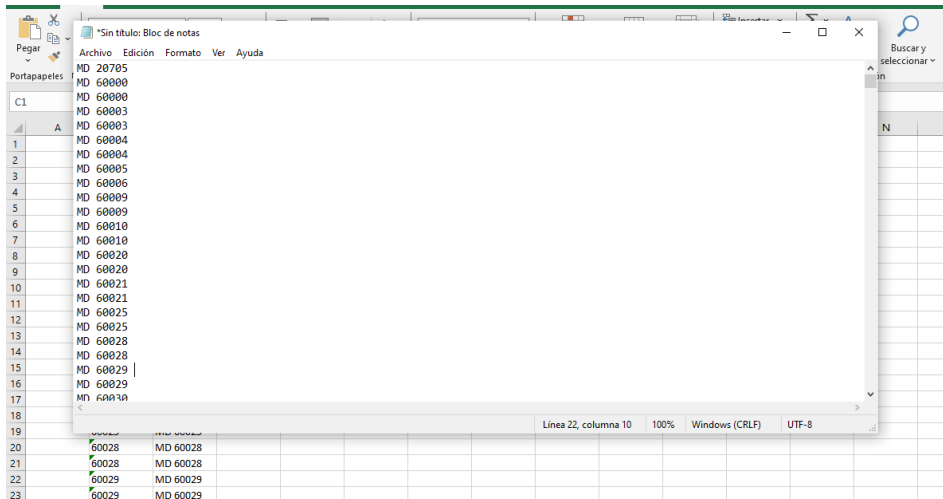


Imagen 07 Creación de carpetas

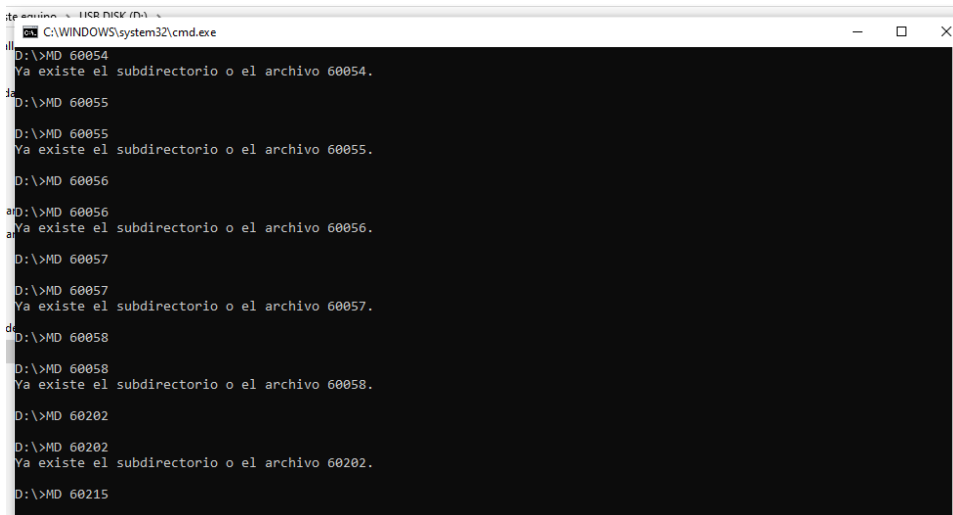


Imagen 08 Creación de carpetas

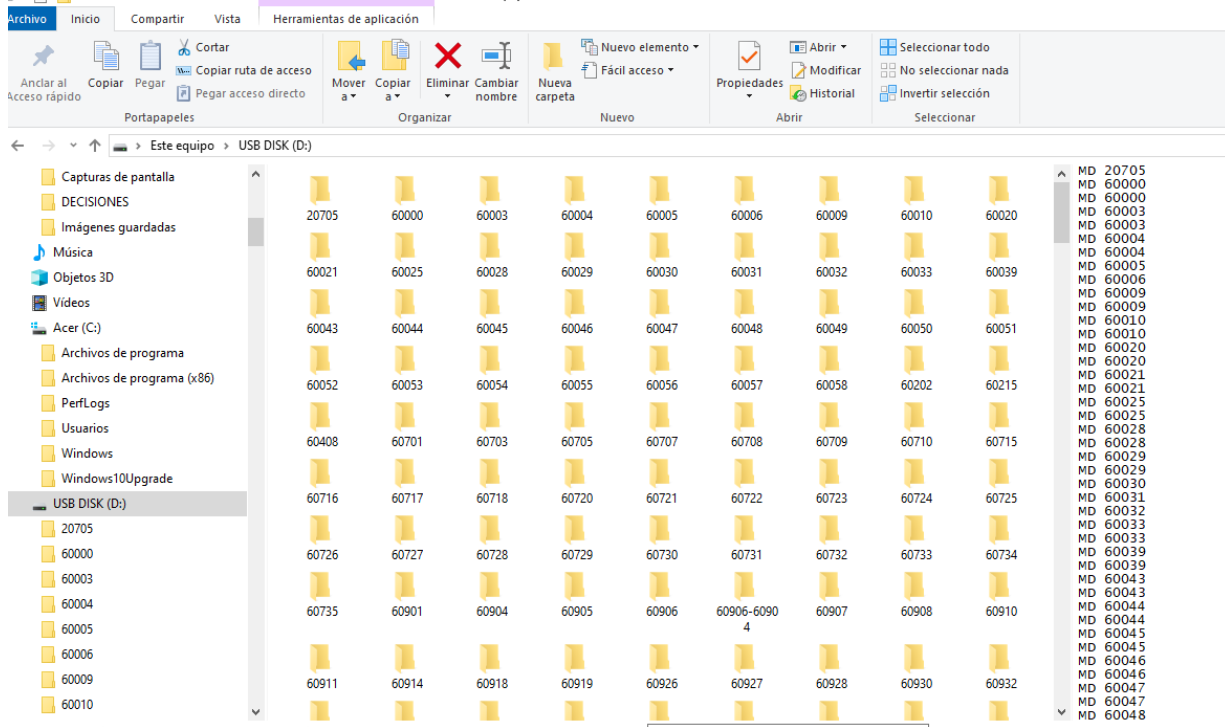


Imagen 09 KPIs de redes sociales de IMACASA

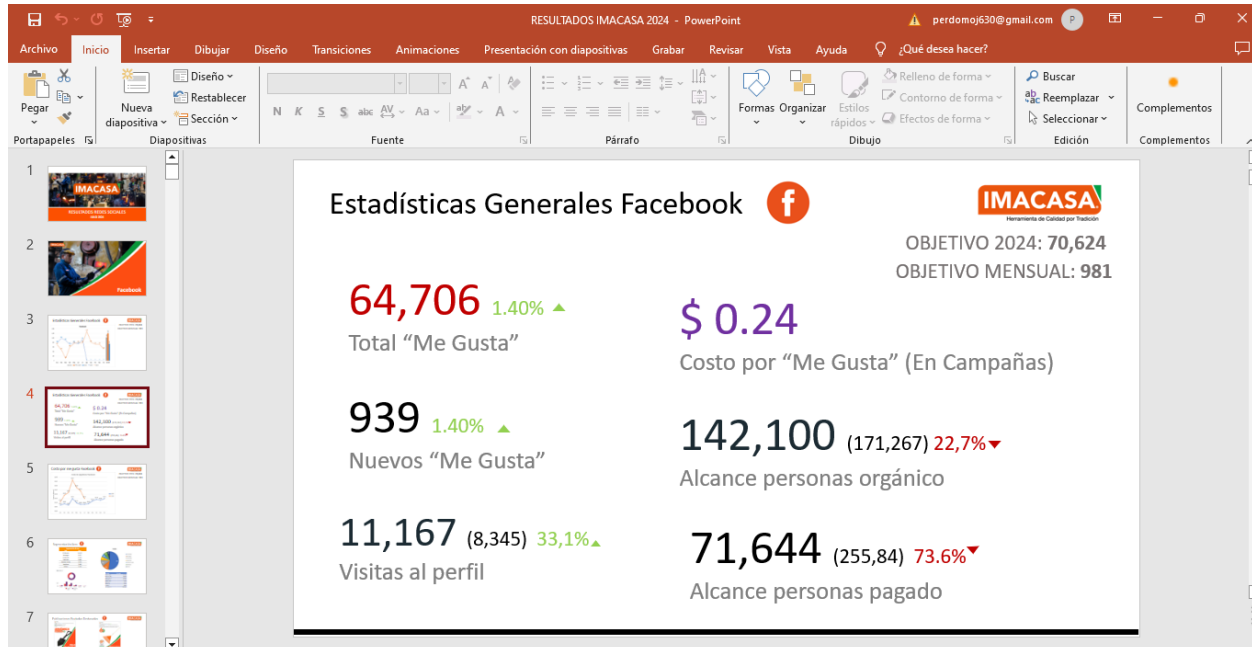


Imagen 10 Contenido IMACASA (Estructuración)

SOCIAL MEDIA dash 2024 - Excel

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
383	lunes, 5 de agosto de 2024			AMARCA	Guatemala					
384										
385	martes, 6 de agosto de 2024	FESTIVO	FIESTAS AGOSTINAS	FESTIVO	FIESTAS AGOSTINAS	FESTIVO	FIESTAS AGOSTINAS			
386										
387	miércoles, 7 de agosto de 2024			PRODUCTO	Mi arco para ciencia		CLIENTE	Mi arco para ciencia	CLIENTE	Mi arco para ciencia
388					10042					
389	jueves, 8 de agosto de 2024	CLIENTE	Mi arco para ciencia							
390										
391	viernes, 9 de agosto de 2024			HAZLO	Llave combinada, mm					
392					M288					
393	lunes, 12 de agosto de 2024	AMARCA	Panama							
394										
395	martes, 13 de agosto de 2024			DINAMICO	Guatemala					
396										
397	miércoles, 14 de agosto de 2024	HERRAMIE	Derbrozadora 33cc				30 AÑOS		HERRAMIE	Derbrozadora 33cc
398										
399	jueves, 15 de agosto de 2024			ACCION	Caulín Tipo Ligo, de 30V con Accesorios					
400					M200					
401	viernes, 16 de agosto de 2024	PRODUCTO	Mango de fibra de vidrio							
402										
403	lunes, 19 de agosto de 2024			HERRAMIE	Derbrozadora 33cc					
404										
405	martes, 20 de agosto de 2024	VIDEO	Bomba para Fumigar, 5.17 Tjera para Podar 2 Manos, Mango Tubular						VIDEO	Bomba para Fumigar, 5.17 Tjera para Podar 2 Manos,
406										
407	miércoles, 21 de agosto de 2024			GANADOR			FRASE	La carpintería es el arte de crear con las manos lo que la mente sueña.		
408										
409	jueves, 22 de agosto de 2024	ACCION	Plata De Espolita, Aspero, Mango Plástico							
410										
411	viernes, 23 de agosto de 2024			CLIENTE	Mi arco para ciencia					
412					11796					
413	lunes, 26 de agosto de 2024	FESTIVO	DIA DEL AVICULTOR	FESTIVO	DIA DEL AVICULTOR	FESTIVO	DIA DEL AVICULTOR			
414										
415	martes, 27 de agosto de 2024			REEL	Cables Para Corriente de 6 Avg. 2.5 mt				REEL	Cables Para Corriente de 6 Avg. 2.5 mt
416					10200					
417	miércoles, 28 de agosto de 2024	FESTIVO	DIA DEL AGRÓNOMO SALVADOREÑO	FESTIVO	DIA DEL AGRÓNOMO SALVADOREÑO	FESTIVO	DIA DEL AGRÓNOMO SALVADOREÑO			
418										
419	jueves, 29 de agosto de 2024			HAZLO	Españón Fts 10200, MC, Combat					
420										
421	viernes, 30 de agosto de 2024	AMARCA	El Salvador							
422										
423	sábado, 31 de agosto de 2024	FESTIVO	DIA DEL MECANICO AUTOMOTRIZ	FESTIVO	DIA DEL MECANICO AUTOMOTRIZ	FESTIVO	DIA DEL MECANICO AUTOMOTRIZ			
424										

DASH IMACASA | DASH CONDOR | TABLA CONT. | PRODUCTOS 2023 | PRODUCTOS 2022 | FESTI ...

Imagen 11 Contenido IMACASA (Presentación)

Julio Imacasa - PowerPoint

Martes 02 de julio de 2024
Hazlo tú mismo – Porta Lámpara (40032)

¡Ilumina tu hogar! 💡

El Porta Lámpara #IMACASA es ideal para colocar diferentes tipos de bombillas y darle un estilo único a tu hogar.

Búscalo en ferreterías en todo el país. 📍

#HazloTúMismo
#60AñosDeCalidadYTradición
#OrgulloSalvadoreño

Haga clic para agregar notas

Diapositiva 4 de 36 | Español (El Salvador) | Accesibilidad: es necesario investigar | Jessica

Imagen 12 Contenido Condor Tool & Knife (Estructuración)

J282		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
241				viernes, 31 de mayo de 2024				Bushcraft Parang Machete									
242																	
243																	
244																	
245																	
246																	
247																	
248																	
249																	
250																	
251																	
252																	
253																	
254																	
255																	
256																	
257																	
258																	
259																	
260																	
261																	
262																	
263																	
264																	
265																	
266																	
267																	
268																	
269																	
270																	
271																	
272																	
273																	
274																	
275																	
276																	
277																	
278																	
279																	
280																	
281																	
282																	

Imagen 13 Condor Tool & Knife (Presentación)

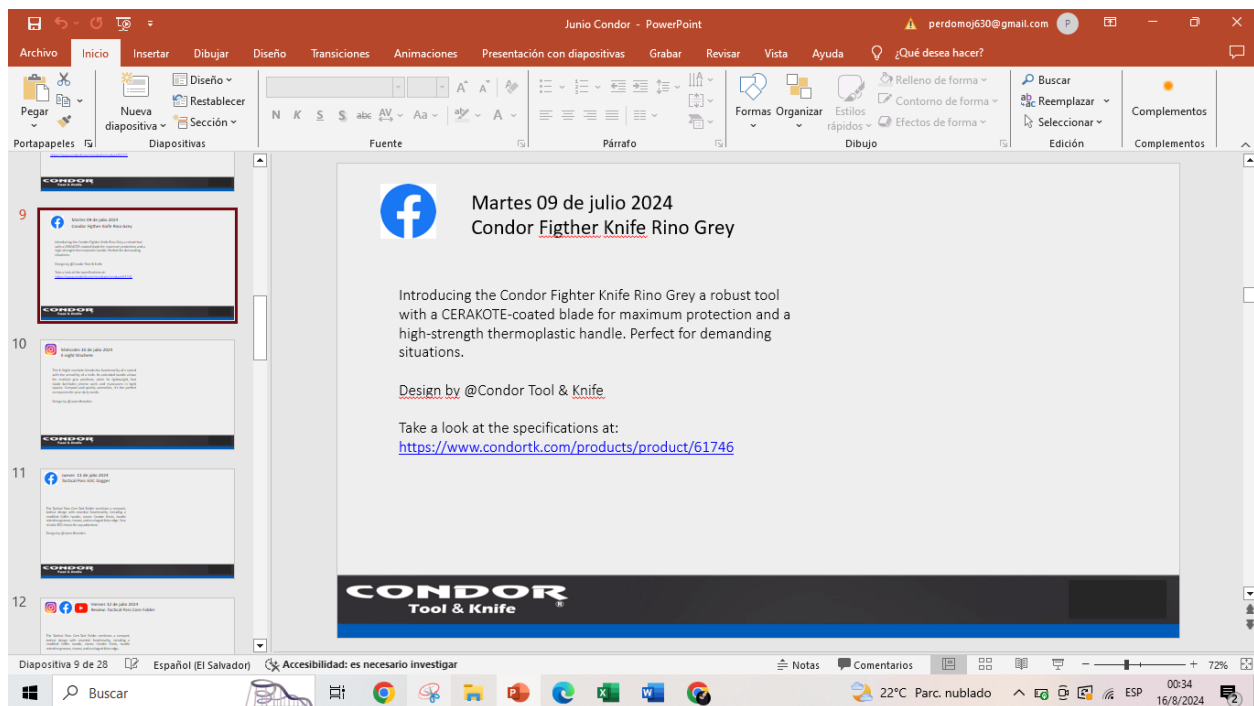


Imagen 14 Presentación de Activaciones de marca

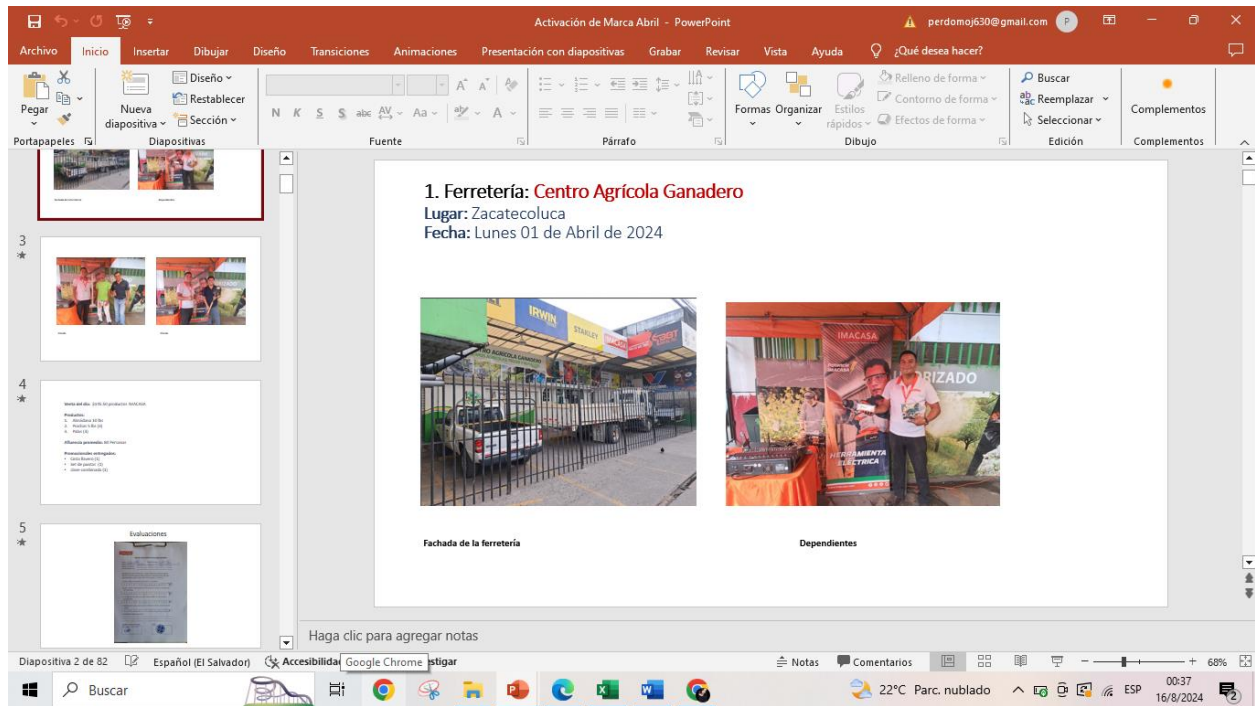


Imagen 15 Presentación de Exhibiciones nuevas

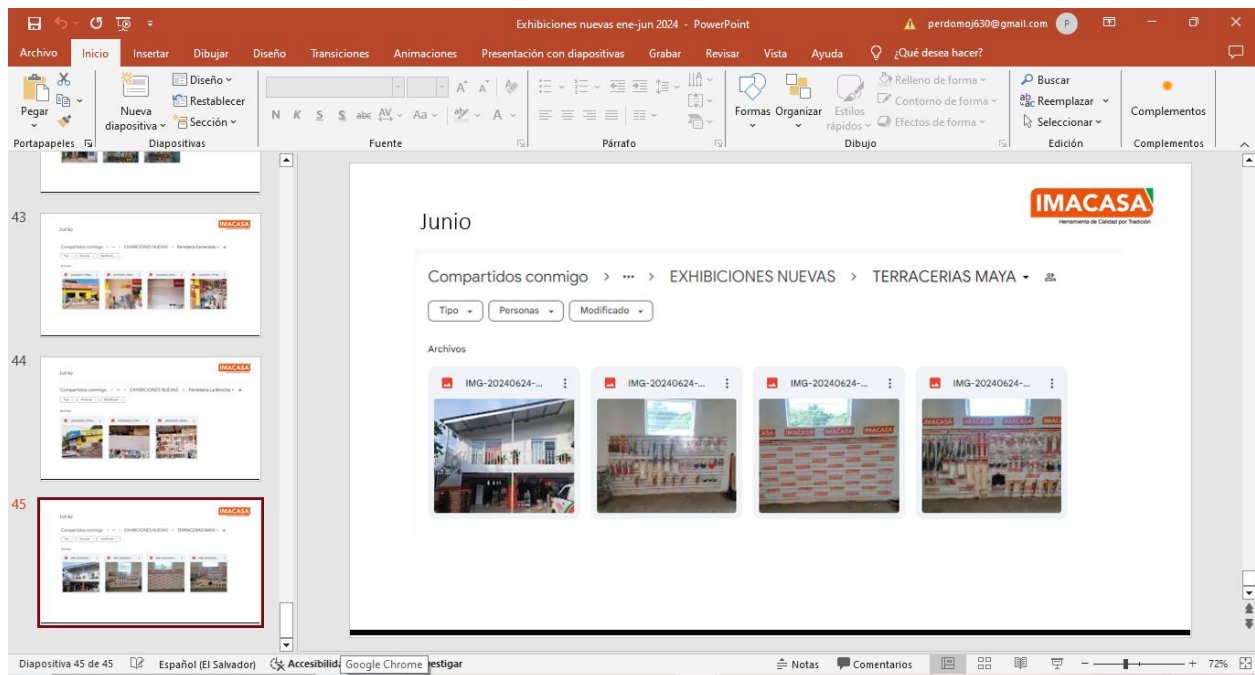


Imagen 16 Presentación de Limpieza y mantenimiento

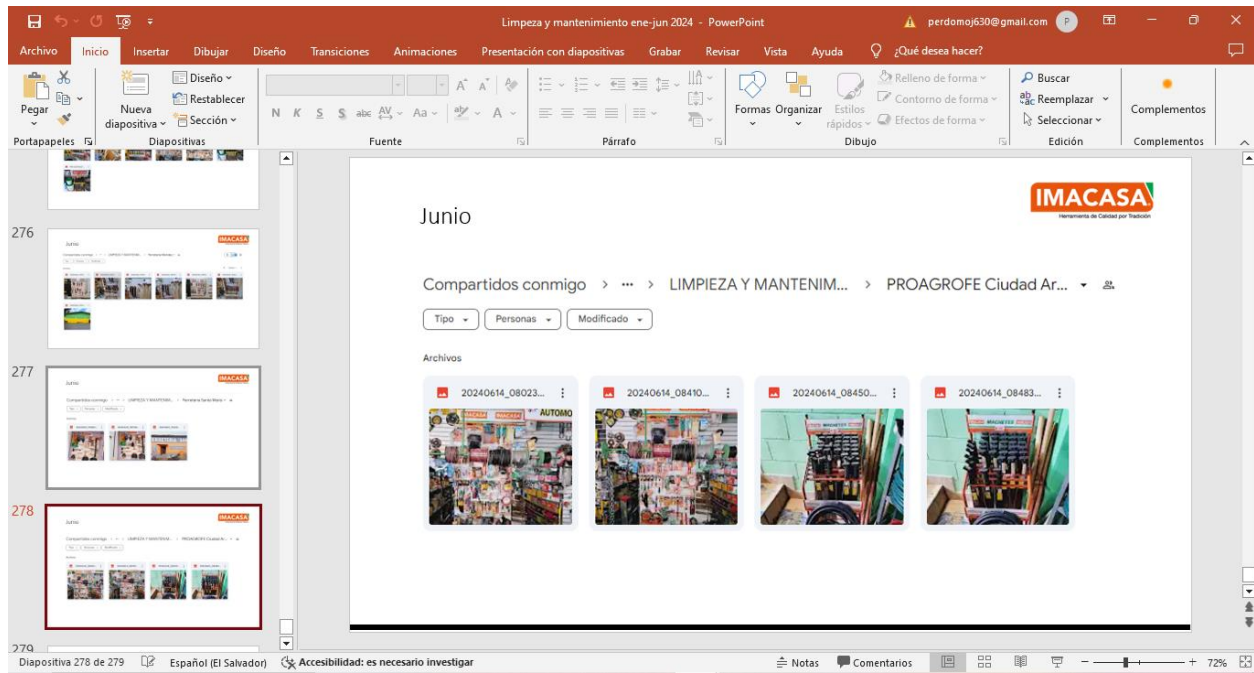


Imagen 17 Análisis de Battle Box

	C	E	F	G	H	I	J	K	L
	BATTLE BOX MISSION	BASIC	CATEGORIA	ADVANCE	CATEGORIA	PRO	CATEGORIA	PRO PLUS	CATEGORIA
3	Mision 1							Cryo II	FIXED KNIFE
4	Mision 1							Kershaw	FIXED KNIFE
5	Mision 1						\$	67.99	FIXED KNIFE
6	Mision 1	\$36.46		\$66.51		\$138.41		\$206.40	FIXED KNIFE
7	Mision 2							Ken Onion Knife	FIXED KNIFE
8	Mision 2							CRKT	FIXED KNIFE
9	Mision 2						\$	175.00	FIXED KNIFE
10	Mision 2	\$34.57		\$69.00		\$118.02		\$293.02	FIXED KNIFE
11	Mision 3							Stretch 2 XL Salt	FOLDING KNIFE
12	Mision 3							spyderco	FOLDING KNIFE
13	Mision 3						\$	119.95	FOLDING KNIFE
14	Mision 3	\$44.38		\$71.29		\$116.25		\$236.20	FOLDING KNIFE
15	Mision 4	Tactical neck knife	FIXED KNIFE					Kara Fu akarambit	FIXED KNIFE
16	Mision 4		FIXED KNIFE					Mantis Knives	FIXED KNIFE
17	Mision 4	\$ 5.59	FIXED KNIFE				\$	89.99	FIXED KNIFE
18	Mision 4	\$ 46.47	FIXED KNIFE	121.13		216.13	\$	306.12	FIXED KNIFE
19	Mision 5							Damascus Bushcraft Knife	FIXED KNIFE
20	Mision 5							Perkin Knives	FIXED KNIFE
21	Mision 5						\$	110.00	FIXED KNIFE
22	Mision 5	\$55.58		\$116.92		\$190.12		\$300.12	FIXED KNIFE
23	Mision 6							Coin Knife	FOLDING KNIFE
24	Mision 6							Mantis Knives	FOLDING KNIFE
25	Mision 6					\$ 50.00		Dog Tag Knife	FIXED KNIFE
26	Mision 6	\$65.00		\$117.94		\$178.49	\$	129.95	FIXED KNIFE
								Spyderco	FIXED KNIFE
								\$312.39	FIXED KNIFE

Imagen 18 Análisis de Battle Box

Mision	Item	Price	Category	Total
439	Mision 107	\$ 58.94	FOLDING KNIFE	\$ 128.93
440	Mision 108	REVO CANYON FOLDER	FOLDING KNIFE	
441	Mision 108	REVO KNIVES	FOLDING KNIFE	
442	Mision 108	\$ 24.99	FOLDING KNIFE	
443	Mision 108	\$ 77.97	FOLDING KNIFE	\$ 137.96
444	Mision 109			
445	Mision 109			
446	Mision 109			
447	Mision 109	\$ 73.24		\$ 138.24
448	Mision 110			
449	Mision 110			
450	Mision 110			
451	Mision 110	\$ 73.93		\$ 117.93
452	Mision 111			
453	Mision 111			
454	Mision 111			
455	Mision 111	\$ 70.78		\$ 133.77
456	Mision 112			
457	Mision 112			
458	Mision 112			
459	Mision 112	\$ 68.99		\$ 143.98
460	Mision 113			
461	Mision 113			
462	Mision 113			
463	Mision 113	\$ 92.75		\$ 153.73

Imagen 19 Planificación de videos para locución

CONTENIDO	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE
Reconocimiento Clientes	El Salvador	Nicaragua	El Salvador	Guatemala	Guatemala	Guatemala	Guatemala
Herramienta Electrica	Sierra Circular (14062)	Sierra Caladora (14048)	adora Gasolina 43 cc (14161) hilo y	Esmeriladora Angular 9" (14050)	Compresor de aire (14150)	Rotomartillo (14060)	Esmeril de banco (14060)
Presentación Herramientas Tik Tok	Pistola plástica 10 funciones (13146)	Corta frutas (10845)	Carretilla 4 pies (10315)	Pistola de calafateo (13621)	Cortador para ramas (10842)	Pala plegable (13480)	Carretilla de carga (10378)
Unboxing Tik Tok	Aspiradora/Sopladora (10045)	Gato hidraulico, botella (13961)	Hidrolavadora 1600PSI (14157)	Rotomartillo (14060)	Soldador inverter (13793)	Motosierra 45cc (14045)	Bomba para agua limpia (11067)
Cuñas para Merchandising (Producto del mes)	Hachas	Palas	Carretillas	Soldadores	Esmeriladoras	Caretas y gafas	Cuchara de albañil

Imagen 20 Planificación de videos para locución

NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Guatemala	Guatemala	El Salvador	El Salvador	El Salvador	El Salvador	El Salvador
Esmeril de banco (14057)	Lijadora Orbital (14077)	Taladro 1/2" Profesional (14049)	Cepillo Electrico (14065)	Bomba Sumergible para agua (10188)	Bomba Hidroneumatica (10178)	Soldador de arco (13778)
Carretilla de carga (10365)	Cabeza para atomizadora (10182)	oma polarizado doble/ usb (40058)	Cerradura de sobreponer (10496)	Cables pasacorriente (10389)	arretilla de carga doble uso (10333)	Juego de destornilladores (11067)
Bomba para agua limpia (10174)	Taladro inalambrico 3/8 (14064)	Bomba para fumigar 16 L (10196)	Desbrozadora gasolina 33cc (14160)	Bomba para fumigar 5 Lts (10186)	Carrete portamanguera (131.65)	Lijadora Orbital (14077)
Cuchara de albañil	Discos	Taladros	Linternas	Bombas de agua	Machetes	Piochas

Imagen 21 Búsqueda y descarga de fotografías para Portadillas del sitio web

3 DISK (D:) > Jessica > Fotos para Portadilla



Imagen 22 Script



Lunes 22 de julio de 2024
Video herramienta eléctrica – Rotomartillo

Te presentamos el Rotomartillo media pulgada, Profesional IMACASA.

Esta herramienta es perfecta para perforar una amplia gama de materiales, desde hormigón, madera, roca, ladrillo y hasta metales como hierro y acero.

Cuenta con tres funciones: rotomartillo, taladro y destornillador. Tiene una potencia de mil diez watts, velocidad de cero a tres mil revoluciones por minuto, carcasa con doble aislamiento y mango auxiliar ergonómico.

Incluye un medidor de profundidad.

Su ciclo de trabajo es de sesenta minutos de trabajo por quince minutos de descanso por ocho horas diarias

Potencia IMACASA.

Imagen 23 Script

SCRIP 15 DE SEPTIEMBRE

Inicio del video: Imágenes de paisajes icónicos de El Salvador, como el volcán Izalco, playas y bosques.

****Narrador:****

"El 15 de septiembre, celebramos la independencia de El Salvador. Un día para honrar nuestra libertad y nuestras raíces."

[Imágenes de personas sonrientes en diferentes actividades, desfiles y celebraciones.]

****Narrador:****

"Peru sobre todo, celebramos a nuestra gente. Gente trabajadora, valiente y llena de esperanza."

[Imágenes de lugares emblemáticos y festivos en todo el país.]

****Narrador:****

"Desde nuestras hermosas playas hasta nuestros majestuosos volcanes, El Salvador es un país de belleza y orgullo."

[Imágenes de familias y amigos reunidos, disfrutando juntos.]

****Narrador:****

"Este 15 de septiembre, celebremos nuestra independencia, nuestra cultura y nuestro amor por esta tierra increíble."

Imagen 24 Reporte final del proyecto de las cuentas LinkedIn

Reporte de LinkedIn - PowerPoint

Inicio Insertar Diseñar Transiciones Animaciones Presentación con diapositivas Grabar Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

Archivos Inicio Insertar Diseñar Transiciones Animaciones Presentación con diapositivas Grabar Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

Pegar Nueva diapositiva Restablecer Sección

Portapapeles Diapositivas Fuente Párrafo Dibujo

Formas Organizar Estilos rápidos Contorno de forma Efectos de forma

Buscar Reemplazar Seleccionar Complementos

1

2

3

4

1- Invitación Inicial:

Descripción:

- Se envió un correo electrónico a todos los empleados tanto locales como a las filiales, invitándolos a crear su perfil de LinkedIn. Este correo contenía una invitación cordial, así como una explicación sobre los beneficios de tener un perfil en LinkedIn para la empresa y para su desarrollo profesional.

Acciones:

- Se redactó un correo electrónico profesional que incluía una invitación clara y alentadora.
- Se creó un tutorial detallado que guiaba a los empleados paso a paso en la creación de su perfil de LinkedIn y se insertó el enlace en el correo.
- Se enfatizó la importancia de tener un perfil de LinkedIn para la red profesional de la empresa y para posibles oportunidades de desarrollo profesional.

IMACASA
Herramientas de Calidad por Tradición

Invitación para Crear tu Perfil en LinkedIn

IMACASA El Salvador

¡ÚNETE A LINKEDIN CON IMACASA Y MANTÉNTE CONECTADO CON NOSOTROS!

Hoy buen día, queremos invitarte a qué crees tu perfil en LinkedIn. Esto te permitirá estar conectado con la cuenta de LinkedIn IMACASA y mantenerse al tanto de las últimas noticias, celebraciones y eventos de IMACASA. Además, tenemos planes de asociar la cuenta de LinkedIn con nuestro correo institucional (Dibújate lo más pronto posible).

Te compartimos un tutorial en el que te explicamos paso a paso cómo crear tu perfil en LinkedIn. Estamos aquí para ayudarte en cada etapa del proceso.

No dudes en ponerte en contacto con nosotros, si necesitas alguna ayuda adicional o tienen alguna pregunta escríbenos al correo esalvador@imacasa.com

(Esperamos ver tu perfil en LinkedIn pronto!)

Aquí te dejamos el enlace al tutorial para crear tu cuenta de LinkedIn.

Tutorial: https://live.officeapps.com/19614726_#file=IMC7x7F_D0a2eUCCE7?live=5ulespshom

www.imacasa.com

Diapositiva 2 de 5 Español (El Salvador) Accesibilidad: es necesario investigar

viernes, 16 de agosto de 2024 11:57 16/8/2024

Imagen 27 Video Tutorial que se realizo para anexar a los correos

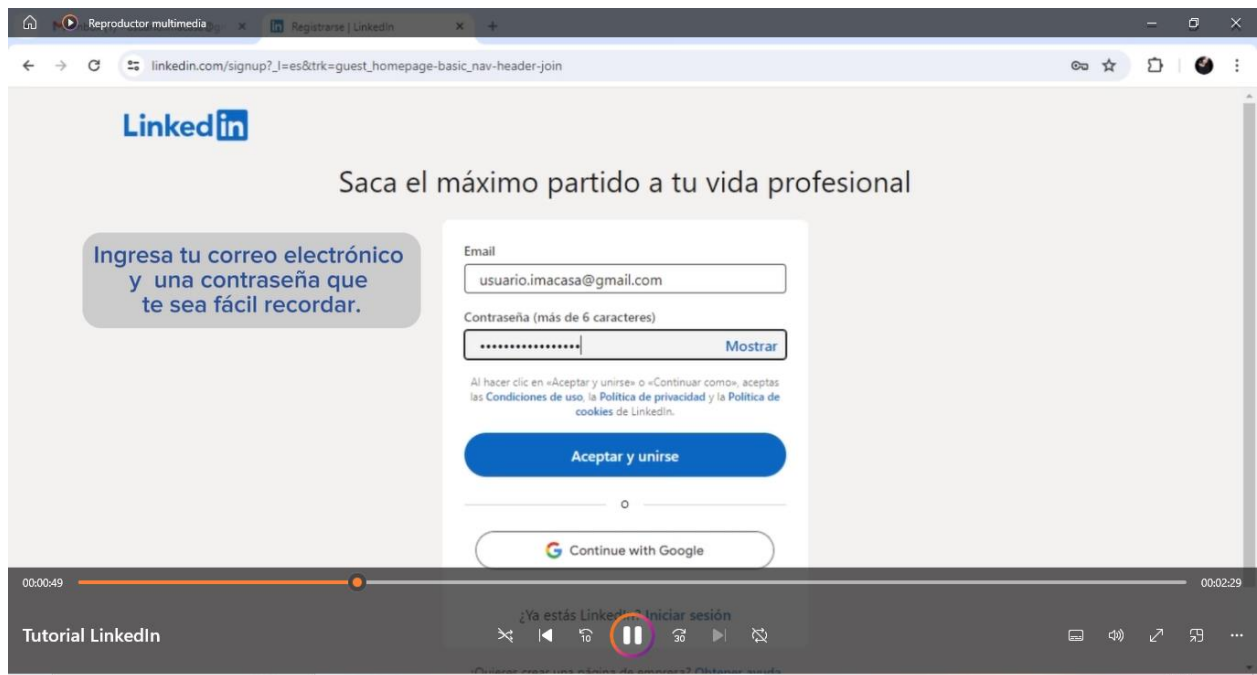


Imagen 28 Edición de fotografías en Photopea

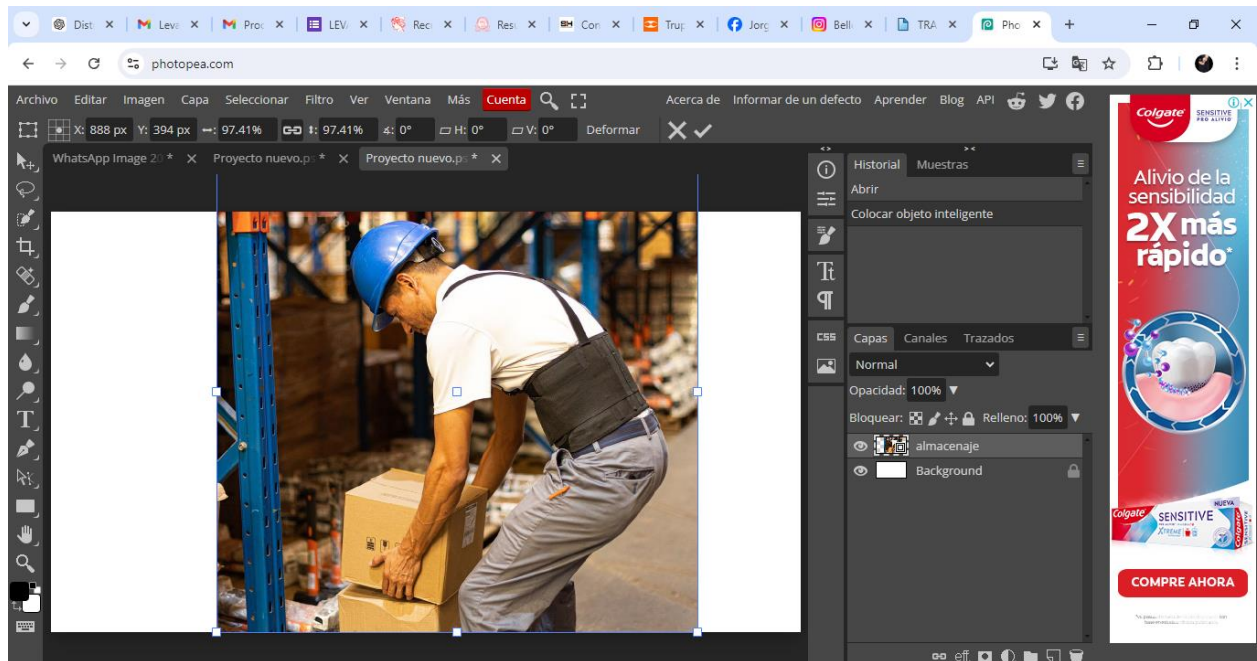


Imagen 29 Edición de fotografías en Adobe FireFly

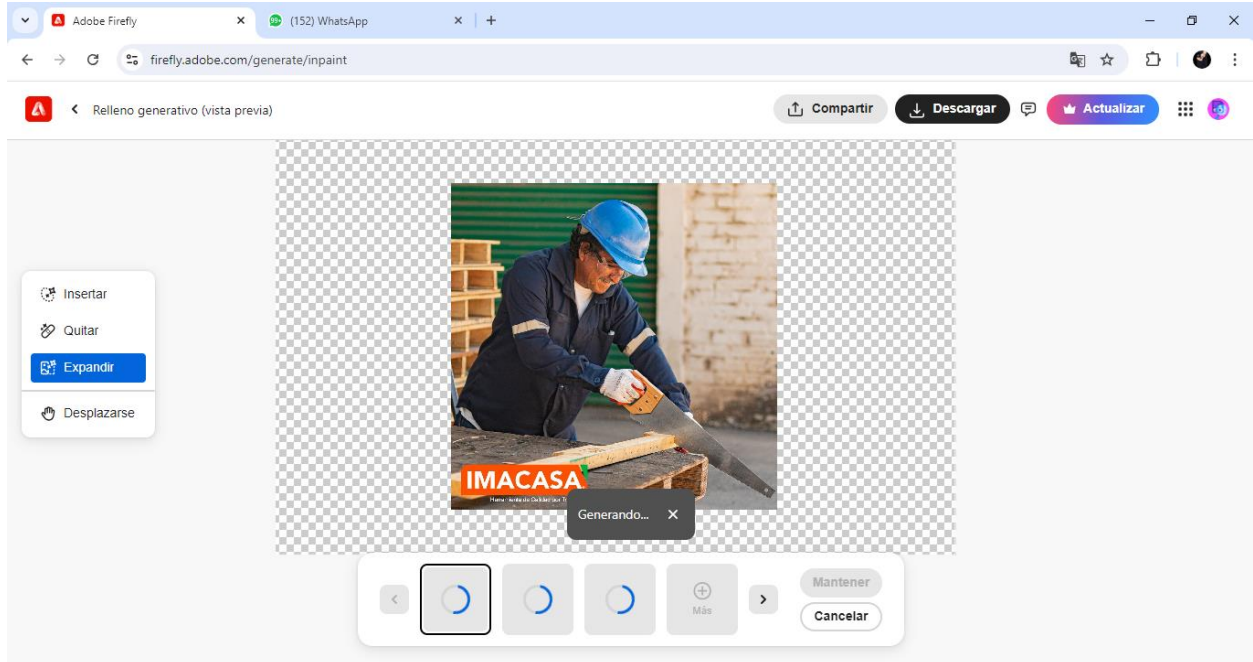


Imagen 30 Edición de fotografías en Adobe FireFly

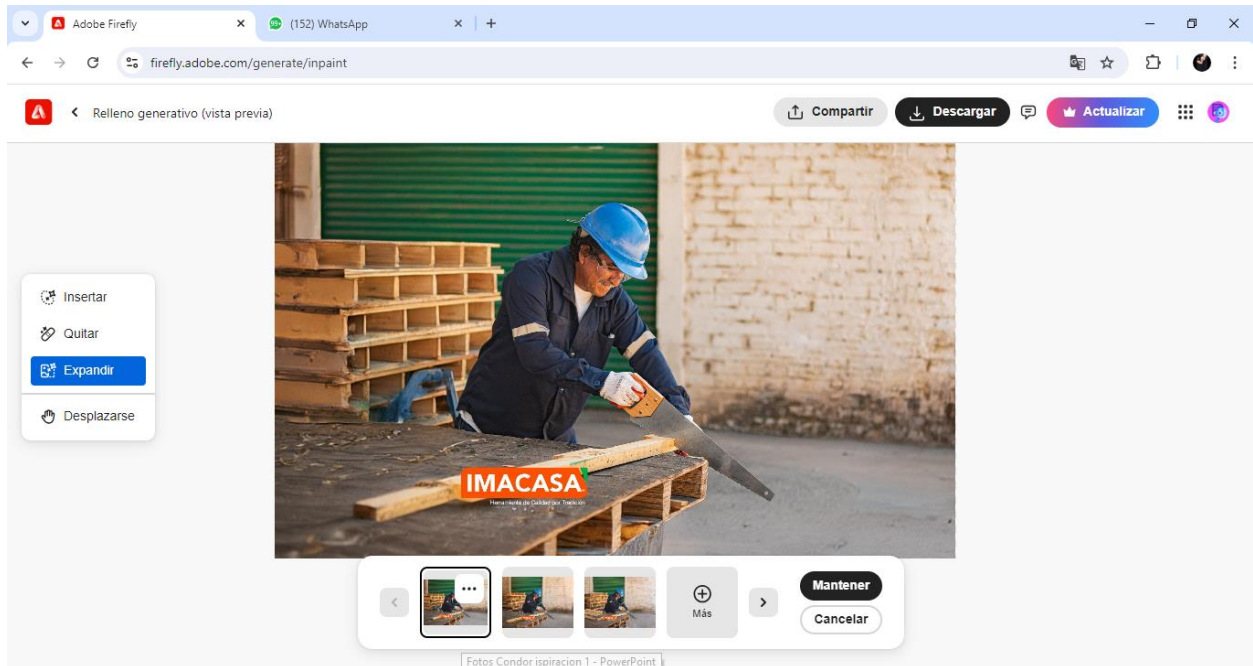


Imagen 31 Portafolio de Inspiración para Condor TK

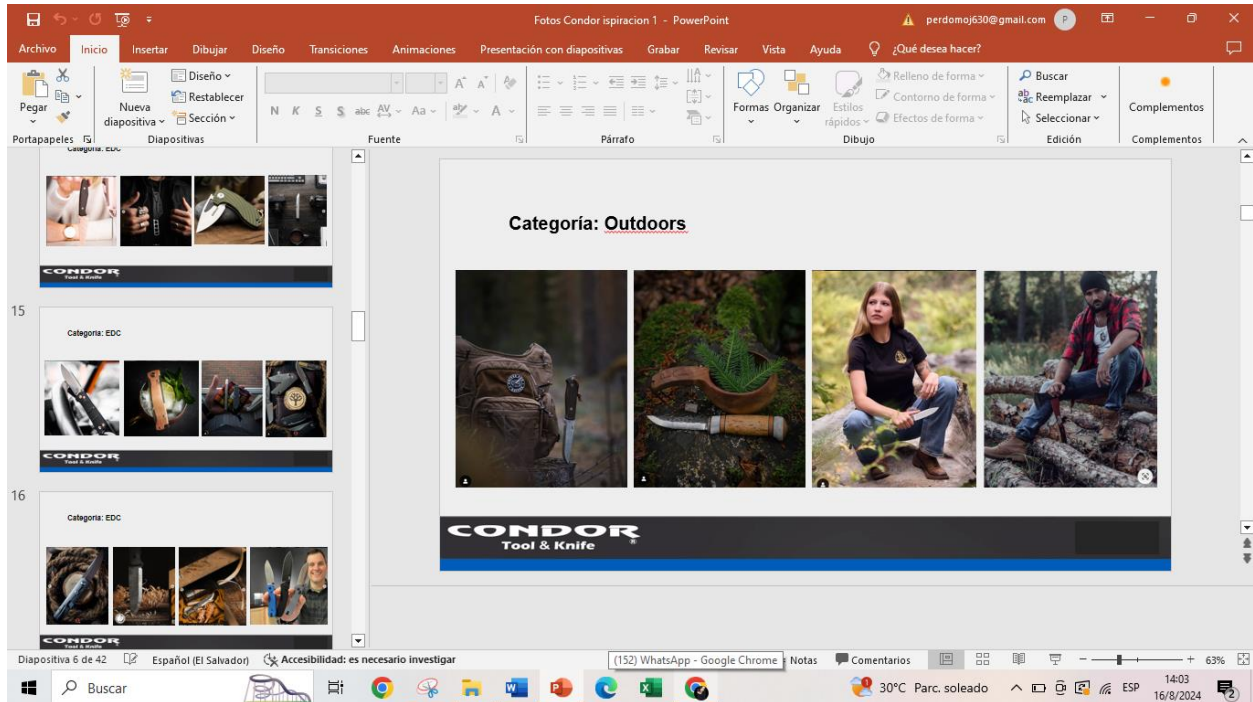


Imagen 32 Cuñas publicitarias

AUDIOS YOHALMO

CARRETILLAS DE CARGA

CARRETILLA DE CARGA USO PESADO (10370)

(Música de fondo durante todo el audio)

IMACASA siempre innovando para nuestros clientes.

(sonido de carretilla moviéndose)

La carretilla de carga uso pesado IMACASA es la herramienta ideal para mover cargas pesadas con facilidad.

(Sonido de impacto)

Está diseñada con rin de polímero de alto impacto que la hace liviana, reduce las vibraciones y disminuye la fatiga en hombros y espalda protegiendo al usuario, además cuentan con manerales tipo P y pin doble que permiten mejor manejo y seguridad.

Disponible para cargas de hasta 800 lbs.

(Sonido de campana)

Adquiere ya tu Carretilla de carga IMACASA.

CARRETILLA DE CARGA, COMBAT (10667)

(Música de fondo durante todo el audio)

IMACASA siempre innovando para nuestros clientes.

Imagen 33 Monitoreo de las redes sociales de la competencia de Condor TK

	B	C	D
1			
2	Fecha	Competencia	Seguidores de Instagram
3	13/6/2024	Spyderco	360,253
4	13/6/2024	WeKnives	176,081
5	13/6/2024	Benchmade	670,317
6	13/6/2024	Morakniv	210,443
7	13/6/2024	Helleknives	51,737
8	13/6/2024	CRKT	286,051
9	13/6/2024	Topsknives	137,978
10	13/6/2024		
11	13/6/2024		

Imagen 34 Plan de mejora para el contenido de Condor TK

<p>1. Análisis del contenido existente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Condor Life Style: Videos que llevan un contexto o una secuencia, generalmente se enfoca en el uso y la ambientación. - New Collection: Videos de estudio, con un solo fondo, generalmente se enfoca en los detalles del producto. - Condor Review About of: Reseña de las características del producto. - Action Product: Fotografías del producto en acción (cortando, picando, etc). - Show Product: Fotografías mostrando el producto (posando). - Shows: Fotografías de lo que se vive en los Eventos en los que se participa. - Holidays: Fotografías en conmemoración a días especiales - Hand crafted: Fotografías del producto siendo procesado (en fabricación). - Giveaway: - Campañas de expectación: Fotografías de ciertas partes del producto, la idea principal es mostrar los pequeños detalles. - Condor stories <p>Redes sociales utilizadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook (34 mil Me gusta) • Instagram (33,572 Seguidores) • Pinterest (90 Seguidores) • X (644 Seguidores) • LinkedIn (2 mil seguidores) • TikTok • Tik tok (en pausa) • Youtube (3.23 K Suscriptores) 	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar la base de seguidores de 33,543 a aproximadamente 35,220 en 6 meses (un aumento de aproximadamente 1,677 seguidores). - Incrementar la tasa de interacción promedio de 243 a aproximadamente 316 interacciones por publicación en 6 meses. <p>3. Perfil de Público Objetivo Consolidado:</p> <p>Descripción Demográfica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad: 25 a 55 años. • Género: Mayormente hombres, aunque también hay una significativa proporción de mujeres. • Ubicación: Estados Unidos, con mayor concentración en áreas suburbanas y rurales. • Ingreso: Nivel de ingresos medio a alto, ya que estos productos pueden ser costosos y considerados artículos de lujo o especialidad. <p>Características Psicológicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intereses: Aventura, actividades al aire libre, supervivencia, artes marciales, cocina gourmet, caza, pesca, tácticas militares y coleccionismo. • Estilo de Vida: Activo, con inclinación por actividades que requieren habilidades manuales y el uso de herramientas especializadas. • Valores: Autosuficiencia, precisión, calidad, tradición y durabilidad. <p>Comportamiento de Compra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivaciones: La búsqueda de herramientas de alta calidad que sean funcionales y también tengan un valor estético o histórico. • Puntos de Dolor: Productos de baja calidad, falta de durabilidad, falta de funcionalidad en situaciones específicas. • Canales de Compra Preferidos: Tiendas especializadas, ferias de coleccionismo, tiendas en línea con buena reputación y presencia en redes sociales. <p>4. Análisis de la Competencia</p> <p>6. Sugerencias de Mejora</p>
---	--

Imagen 35 Plan de contenido para Condor TK

<ul style="list-style-type: none"> o Incluir palabras clave que resalten los valores de la marca (ej. calidad, innovación, etc.). • Aumentar el Uso de Historias: <ul style="list-style-type: none"> o Publicar más historias diarias para mantener el engagement constante. o Utilizar encuestas, preguntas y otras interacciones en las historias. • Contenido Educativo: <ul style="list-style-type: none"> o Publicar tutoriales detallados sobre el uso y mantenimiento de los productos. o Compartir contenido sobre la historia y proceso de fabricación de los productos. • Colaboraciones y UGC: <ul style="list-style-type: none"> o Fomentar más la participación de los usuarios a través de concursos y retos. o Colaborar con influencers y embajadores de marca para aumentar el alcance. • Diversificación de Contenido: <ul style="list-style-type: none"> o Incluir más contenido detrás de cámaras, testimonios y casos de uso. o Publicar más videos cortos y reels, aprovechando su popularidad. • Engagement Consistente: <ul style="list-style-type: none"> o Responder a más comentarios y mensajes directos para fomentar una comunidad activa y leal. <p>5. Desarrollar nuevas estrategias de contenido</p> <ul style="list-style-type: none"> - Story Behind the Design: Videos en los diseñadores son los protagonistas y cuentan la inspiración o historia detrás de cada producto. - CTK Tips: Tips de usos o mantenimiento de los productos. - Hand Crafted El Salvador: Videos de la fabricación de los productos. <p>6. Crear contenido de valor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear contenido educativo sobre el uso y mantenimiento de cuchillos. - Enfocarse en resolver problemas de la audiencia. - Aporta contenido educativo y entretenido. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fomentar la interacción y el engagement con la audiencia. 2. Recoger feedback directo sobre productos y preferencias. 3. Generar contenido relevante y valioso que pueda ser reutilizado. 4. Aumentar la visibilidad de la marca y el reconocimiento de productos. <p>Estrategias y Temáticas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Preguntas sobre Uso y Cuidado de Cuchillos: <ul style="list-style-type: none"> o Ejemplo de Pregunta: "¿Cuál es tu mayor desafío al afilar tus cuchillos?". o Propósito: Identificar las dificultades comunes de los usuarios y ofrecer soluciones. o Acción: Responder las preguntas con tips prácticos, demostraciones en video y recomendaciones de productos específicos. 2. Recetas y Técnicas de Cocina: <ul style="list-style-type: none"> o Ejemplo de Pregunta: "¿Qué recetas te gustaría ver usando nuestros cuchillos?". o Propósito: Entender qué tipo de contenido culinario prefieren tus seguidores. o Acción: Crear y compartir recetas paso a paso, mostrando cómo tus cuchillos facilitan la preparación. 3. Feedback sobre Productos Existentes y Nuevos: <ul style="list-style-type: none"> o Ejemplo de Pregunta: "¿Qué opinas de nuestro nuevo cuchillo para...?". o Propósito: Obtener retroalimentación directa sobre productos actuales o en desarrollo. o Acción: Responder agradeciendo la opinión y utilizando la información para mejorar los productos. 4. Desafíos y Concursos: <ul style="list-style-type: none"> o Ejemplo de Pregunta: "¿Qué tipo de desafío de cocina te gustaría que organicemos?". o Propósito: Involucrar a la audiencia en eventos participativos. o Acción: Organizar un desafío de cocina, como cortar ingredientes de manera creativa, y destacar a los ganadores en tus stories. 5. Historias de Clientes y Testimonios: <ul style="list-style-type: none"> o Ejemplo de Pregunta: "¿Cuál ha sido tu mejor experiencia usando nuestros cuchillos?". o Propósito: Recoger testimonios positivos y casos de uso reales. o Acción: Compartir las mejores historias y testimonios en tus stories y publicaciones, agradeciendo a los participantes. 6. Educación y Curiosidades: <ul style="list-style-type: none"> o Ejemplo de Pregunta: "¿Sabías que los muchos cuchillos tienen una
--	---

Imagen 36 Uso de Meta Business Suite

Objetivo
¿Qué resultados te gustaría obtener con este anuncio?

- Recibir más mensajes**
Muestra el anuncio a las personas con más probabilidades de enviarte un mensaje en Facebook, WhatsApp o Instagram.
- Conseguir más visitas en el perfil**
Muestra el anuncio a las personas con más probabilidades de visitar tu perfil de Instagram.
- Conseguir más visitas en el sitio web**
Muestra el anuncio a las personas con más probabilidades de hacer clic en una URL de tu anuncio.

Contenido Advantage+
Aprovecha los datos de Instagram para ofrecer automáticamente a las **personas** diferentes variaciones de contenido del anuncio cuando haya posibilidades de mejorar el rendimiento.

Botón
Etiqueta del botón
Ir al perfil de Instagram

Conta vinculada de Instagram

Vista previa del anuncio [Todas las vistas previas](#)




Imagen 37 Segmentación en Meta Business Suite

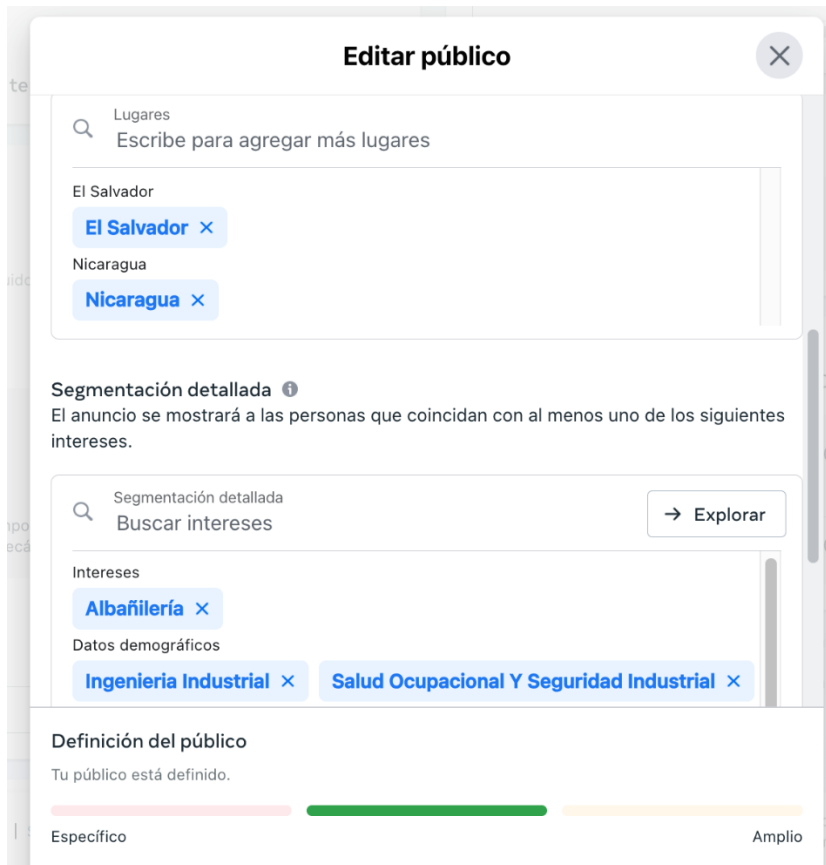


Imagen 38 Sugerencia del público de Condor en Redes Sociales

MES	CANTIDAD	# DE CASO	DEPARTAMENTO	CATEGORIA	CRITERIO	CLIENTE	SEMANA	FECHA REGISTRO	PAIS	CANAL	EMAIL	PRO DUC	PAR TE	DA No	RE DI	FE CH
ABRIL	1	574	MERCADEO	NIVEL DE SERVICI PRODUCT SPECIFIC	Houck Ed		15	45027	USA	WEB	edkyle@comcast.net					Please advise best c
JULIO	1	5772	MERCADEO	NIVEL DE SERVICI PRODUCT SPECIFIC	Mason Lima		28	45121	USA	WEB	j.masonlima25@gmail.com					Good day, guys. I re
SEPTIEMBRE	1	5861	MERCADEO	NIVEL DE SERVICI PRODUCT SPECIFIC	Jean paul Fir		38	45188	USA	EMAIL	jeanpaulfinch@gmail.com					I recently purchase
NOVIEMBRE	1	5965	MERCADEO	NIVEL DE SERVICI PRODUCT SPECIFIC	Denise River		47	45250	USA	WEB	dbirdsoprano@gmail.com					Hi! I, and apparenth
DICIEMBRE	1	5996	MERCADEO	NIVEL DE SERVICI PRODUCT SPECIFIC	Nick Novalis		49	45264	USA	WEB	nicknovalis@gmail.com					Hello, I was wonder
ENERO	1	6051.627164	MERCADEO	NIVEL DE SERVICI PRODUCT SPECIFIC	SAUL TORRES		1	45293	VEN	WEB	sonidossaul01@gmail.com					BUENAS , senores c
MAYO	1	6250.991752	MERCADEO	NIVEL DE SERVICI PRODUCT SPECIFIC	Kurt Gueldner		18	45414	USA	WEB	kurt_gueldner@yahoo.com					I purchased a K-TAC
JUNIO	1	6288.9315	MERCADEO	NIVEL DE SERVICI PRODUCT SPECIFIC	Thomas Corr		24	45453	USA	WEB	tcmidstate@aol.com					Greetings; I love th

Imagen 41 Ideas que se redactaron para el contenido inclusivo

<p>1. Historias Personales y Testimonios</p> <p>Perfil de Empleado del Mes: Destacar a una empleada o a un trabajador cada mes, en los que puedes incluir mujeres y a los empleados con capacidades especiales, compartiendo su historia, sus responsabilidades y sus logros.</p> <p>Entrevistas en Video: Realizar entrevistas en video donde los empleados compartan sus experiencias trabajando en la empresa, lo que más les gusta de su trabajo, como la empresa se ha acoplado a sus capacidades y cómo se sienten apoyados y valorados.</p> <p>Ejemplo 1: Perfil de Empleado del Mes</p> <p>Imagen: Foto de una trabajadora en la línea de producción.</p> <p>Texto:</p> <p>🌟 Empleado del Mes: Ana Martínez 🌟</p> <p>Ana se unió a nuestro equipo hace 3 años y ha sido una pieza clave en nuestro departamento de producción. Su dedicación y atención al detalle aseguran que cada herramienta cumpla con nuestros altos estándares de calidad. Ana es un ejemplo de perseverancia y profesionalismo.</p> <p>"Me siento muy orgullosa de trabajar aquí. Cada día es una oportunidad para aprender y crecer." - Ana</p> <p>Ejemplo 2: Entrevistas en Video</p> <p>Video: Entrevista con un trabajador con capacidades especiales. Texto:</p> <p>🗣️ Entrevista con Juan Pérez</p> <p>Juan ha estado con nosotros por 5 años y su pasión por su trabajo es evidente cada día. En esta entrevista, Juan comparte su experiencia trabajando en Imacasa, cómo la empresa se ha adaptado a sus capacidades y cómo se siente apoyado y valorado por sus compañeros.</p> <p>"Imacasa me ha dado las herramientas para crecer profesionalmente y siempre me he sentido parte del equipo." - Juan</p>	<p>2. Día en la Vida</p> <p>Documentales Cortos: Crear mini documentales que sigan a mujeres y empleados con capacidades especiales durante su jornada laboral, mostrando sus roles y cómo contribuyen al éxito de la Imacasa.</p> <p>Ejemplo 1: Documentales Cortos</p> <p>Video: Mini documental de una jornada laboral. Texto:</p> <p>📺 Un Día en la Vida de Sofía López</p> <p>Acompáñanos en este mini documental para seguir a Sofía, una de nuestras talentosas ingenieras de producción, durante su día en Imacasa. Desde la planificación hasta la ejecución, observa cómo Sofía contribuye al éxito de nuestra empresa con su dedicación y habilidades excepcionales.</p> <p>3. Celebraciones y Logros</p> <p>Reconocimientos Especiales: Publicar contenido que celebre los logros y aniversarios de mujeres y empleados con capacidades especiales, destacando sus contribuciones específicas.</p> <p>Días Internacionales: Aprovechar fechas como el Día Internacional de las Personas con Discapacidad para compartir contenido relevante y celebrar a tus empleados.</p> <p>Ejemplo 1: Reconocimientos Especiales</p> <p>Imagen: Foto de un empleado con capacidades especiales recibiendo un reconocimiento. Texto:</p> <p>🏆 Reconocimiento Especial: Luis Rodríguez</p> <p>Hoy celebramos a Luis por sus 10 años de dedicación y excelencia en Imacasa. Su compromiso y habilidades han sido fundamentales para nuestro crecimiento. ¡Gracias, Luis, por todo lo que haces!</p> <p>#ReconocimientoEspecial #InclusiónLaboral</p> <p>Ejemplo 2: Días Internacionales</p> <p>Imagen: Foto de grupo de empleados con capacidades especiales. Texto:</p> <p>🌍 Día Internacional de las Personas con Discapacidad</p> <p>En Imacasa, valoramos y celebramos la diversidad y la inclusión. Hoy, en el Día Internacional de las Personas con Discapacidad, queremos reconocer y agradecer a nuestros empleados por su contribución diaria. Juntos, construimos un lugar de trabajo más inclusivo y equitativo.</p> <p>#DíaDeLaDiscapacidad #Inclusión</p>
---	--

Imagen 42 Ideas que se redactaron para el contenido inclusivo

<p>4. Trabajo en Equipo y Colaboración</p> <p>Fotos de Grupo: Publicar fotos de equipo en el lugar de trabajo, mostrando la inclusión y la colaboración diaria.</p> <p>Ejemplo 1: Fotos de Grupo</p> <p>Imagen: Foto de equipo trabajando en la planta.</p> <p>Texto:</p> <p>👥 Trabajo en Equipo en Imacasa</p> <p>Nuestro equipo es nuestra mayor fortaleza. Aquí en Imacasa, la colaboración y la inclusión son clave para nuestro éxito. Estamos orgullosos de tener un equipo diverso que trabaja unido todos los días para producir herramientas de la más alta calidad.</p> <p>#TrabajoEnEquipo #Inclusión</p> <p>5. Capacitaciones y Desarrollo</p> <p>Historias de Crecimiento: Resaltar historias de empleados que han crecido profesionalmente dentro de la empresa, destacando a mujeres y empleados con discapacidades que han ascendido a roles de liderazgo.</p> <p>Ejemplo 1: Historias de Crecimiento</p> <p>Imagen: Foto de una mujer en un puesto de liderazgo. Texto:</p> <p>📈 Historia de Crecimiento: María García</p> <p>María comenzó en Imacasa como operadora de producción y, gracias a su dedicación y a los programas de capacitación de la empresa, hoy es gerente de planta. Su trayectoria es un ejemplo de cómo el compromiso y el apoyo pueden impulsar carreras hacia el éxito.</p> <p>"Imacasa me ha brindado las oportunidades y el apoyo necesarios para crecer profesionalmente. Estoy muy agradecida por cada paso de mi camino aquí." - María</p>	<p>Más Ejemplos de Publicaciones para Redes Sociales</p> <ol style="list-style-type: none">1. Foto: Imagen de una trabajadora en la línea de producción, con una breve descripción de su rol. <p>Texto:</p> <p>"Conoce a María, una de nuestras talentosas operadoras de producción. Ella se unió a nuestro equipo hace dos años y ha sido fundamental en el éxito de nuestro nuevo producto. Nos enorgullece tener un equipo diverso e inclusivo, donde cada miembro aporta su talento y dedicación. #MujeresEnLaIndustria #InclusiónLaboral"</p> <ol style="list-style-type: none">2. Foto: Imagen de un empleado con discapacidad utilizando herramientas en la planta. <p>Texto:</p> <p>"Hoy destacamos a Juan, quien ha demostrado que con determinación y apoyo, todos podemos superar cualquier desafío. Juan es una inspiración diaria para todos nosotros. #Inclusión #DiversidadEnElTrabajo"</p>
---	---

Anexo 3: Carta de Finalización



Señores
Universidad de El Salvador
Presente

Mediante la presente, se hace constar que Jessica Raquel Perdomo Hernandez, egresada de la carrera Licenciatura en Mercadeo Internacional, desempeñó y finalizó las tareas programadas en el plan de actividades durante su pasantía como Asistente de mercadeo en esta empresa, efectuada en el periodo comprendido desde el 12/02/2024 al 12/08/2024.



A solicitud de la interesada, se extiende la presente en la ciudad de Santa Ana, el día 12/08/2024.

Atentamente;



Lic. César Eduardo Jerónimo
Gerente de Recursos Humanos

IMPLEMENTOS AGRICOLAS CENTROAMERICANOS S.A. de C.V.

 (503) 2484-0000  Final Calle Libertad Poniente Parque Industrial Santa Lucía, Santa Ana

 elsalvador@imacasa.com

 www.imacasa.com



Anexo 4: Carta de Satisfacción



CARTA DE SATISFACCION DE LA EMPRESA

12 de agosto de 2024

Santa Ana, Santa Ana, El Salvador

Estimado, *Licenciada Flor de María Rivera*

El motivo de esta carta es informarle que estamos plenamente satisfechos con la realización de las pasantías profesionales del pasante *Jessica Raquel Perdomo Hernández* en nuestra empresa *IMACSA S.A de C.V*

El pasante siguió al pie de la letra las pautas establecidas en la carta de compromiso, demostró tanto sus aptitudes como Licenciada en Mercadeo Internacional como su capacidad para abordar el mundo laboral de forma profesional.

Es por estos puntos anteriormente mencionados que nos damos por satisfechos con su colaboración en nuestra empresa.

Atentamente,

César Álvarez
Gerente de Mercadeo
IMACASA

Firma y Sello

IMPLEMENTOS AGRICOLAS CENTROAMERICANOS, S.A. de C.V.

IMPLEMENTOS AGRICOLAS CENTROAMERICANOS S.A. de C.V.

(503) 2484-0000 elsalvador@imacasa.com www.imacasa.com



Anexo 5: Formularios de evaluación del pasante, por tutor profesional.

FORMULARIO DE EVALUACION DE DESEMPEÑO



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

FORMULARIO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL PASANTE

1. DATOS ESPECÍFICOS:

Nombre completo: Jessica Raquel Perdomo Hernández Carnet: PH18033

Carrera: Licenciatura en Mercadeo Internacional Cargo del pasante en la empresa: Asistente de Mercadeo

Empresa / Institución: IMACAS S.A de C.V Nombre del Tutor Profesional: César Álvarez

Cargo del Tutor: Gerente de Mercadeo

Período de evaluación: 12 de febrero de 2024 – 25 de julio de 2024

2. PLANILLA DE EVALUACIÓN (MARQUE CON UNA X)

DISPOSICIÓN ANTE EL TRABAJO						
Nº	Ítems	E (1.00)	MB (0.75)	B (0.5)	R (0.25)	I (0)
1	Cumplimiento de las normas de la empresa	X				
2	Responsabilidades en el cumplimiento de las tareas asignadas	✓				
3	Cumplimiento en el horario de trabajo	X				
4	Cooperación ante cualquier tarea	X				
5	Iniciativa, toma de decisión y aporte de ideas	X				
6	Relaciones interpersonales	X				
7	Manejo del lenguaje orales y escrito	X				
8	Manejo de métodos, procedimientos y técnicas de trabajo	X				
NIVEL DE DESEMPEÑO						
9	Manejo y conservación de instrumentos y/o herramientas de trabajo	X				
10	Planificación y organización de tareas	✓				
11	Criterios para la solución de problemas	X				
12	Ejecución de las tareas encomendadas	X				
13	Actuación ante situaciones imprevistas	X				
14	Muestra dominio teórico - práctico en el área profesional	X				
TOTAL						

Firma del pasante

Firma del Tutor Profesional

FORMULARIO DE EVALUACION DE DESEMPEÑO

ASPECTOS A EVALUAR:

Para la evaluación del desempeño del pasante en la empresa se escogen las conductas más significativas, en función a los objetivos propuestos. Las conductas seleccionadas son:

I. DISPOSICIÓN ANTE EL TRABAJO

1. Cumplimiento de las normas de la empresa
2. Responsabilidad en el cumplimiento de las tareas asignadas
3. Cumplimiento en el horario de trabajo
4. Cooperación ante cualquier tarea
5. Iniciativa, toma de decisión y aporte de ideas
6. Relaciones interpersonales
7. Manejo del lenguaje oral y escrito
8. Manejo de métodos, procedimientos y técnicas de trabajo

II. NIVEL DE DESEMPEÑO

1. Manejo y conservación de instrumentos y/o herramientas de trabajo
2. Planificación y organización de tareas
3. Criterios para la solución de problemas
4. Ejecución de las tareas encomendadas
5. Actuación ante situaciones imprevistas
6. Muestra dominio teórico – práctico en el área profesional

La escala de apreciación propuesta es cualitativa, con cinco categorías para la apreciación de las conductas, factible de interpretación cuantitativa:

EXCELENTE	E	[9,10]
MUY BUENO	MB	[7,8]
BUENO	B	[5,6]
REGULAR	R	[3,4]
INSUFICIENTE	I	[0,1,2]

Para encontrar la nota cuantitativamente se ocupa esta ecuación:

$$\frac{(\Sigma E \times 1.0) + (\Sigma MB \times 0.75) + (\Sigma B \times 0.5) + (\Sigma R \times 0.25) + (\Sigma I \times 0)}{14} \times 10$$