



FACULTAD DE CIENCIAS

DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de guía de administración de publicaciones en redes sociales para los usuarios en busca de empleo en la empresa Nearsol Guatemala, Guatemala 2018

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la facultad de ciencias de la comunicación Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

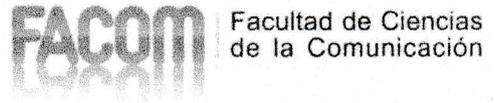
Mario Alberto Pérez Ramos

Carné: 14001038

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, Febrero 2018



Guatemala, 13 de marzo del 2018

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA DE ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES PARA USUARIOS EN BUSCA DE EMPLEO ACTUALES Y POTENCIALES PARA LA EMPRESA NEARSOL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018**, presentada por el estudiante Mario Alberto Pérez Ramos. Con número de carné 14001038, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,


Dilda Lourdes Donis
Asesora

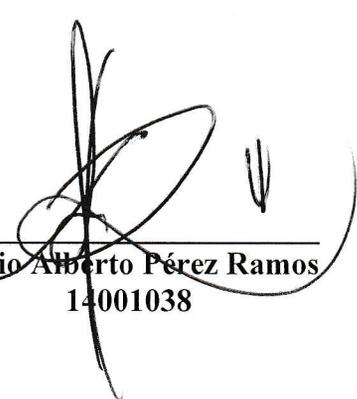
Guatemala 10 de abril de 2017

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA DE ADMINISTRACIÓN DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES PARA LOS USUARIOS EN BUSCA DE EMPLEO EN LA EMPRESA NEARSOL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo solicito que la Ms.C. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

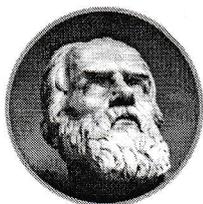
Atentamente,



Mario Alberto Pérez Ramos
14001038



Ms. C. Lourdes Donis
Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 08 de mayo de 2017.

Señor:
Mario Alberto Pérez Ramos
Presente

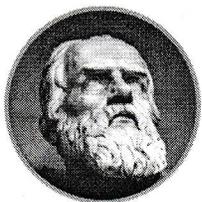
Estimado Señor Pérez:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE GUÍA DE ADMINISTRACIÓN DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES PARA LOS USUARIOS EN BUSCA DE EMPLEO EN LA EMPRESA NEARSOL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Así mismo, se aprueba a la Ms.C. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 13 de marzo de 2018

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

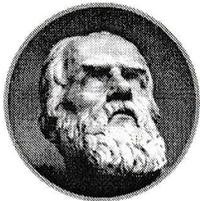
Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA DE ADMINISTRACIÓN DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES PARA LOS USUARIOS EN BUSCA DE EMPLEO EN LA EMPRESA NEARSOL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018.** Presentado por el estudiante: Mario Alberto Pérez Ramos, con número de carné: 14001038, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

M.C. Lourdes Donis

Asesora
Colegiado 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 11 de junio de 2018

**Señor
Mario Alberto Pérez Ramos
Presente**

Estimado Señor Pérez:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 05 de julio de 2018.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE GUÍA DE ADMINISTRACIÓN DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES PARA LOS USUARIOS EN BUSCA DE EMPLEO EN LA EMPRESA NEARSOL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018***, del estudiante Mario Alberto Pérez Ramos, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

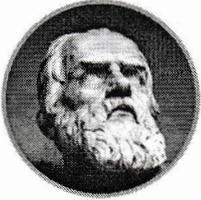
Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 06 de julio de 2018

Señor:
Mario Alberto Pérez Ramos
Presente

Estimado Señor Pérez:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE GUÍA DE ADMINISTRACIÓN DE PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES PARA LOS USUARIOS EN BUSCA DE EMPLEO EN LA EMPRESA NEARSOL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018**. Presentado por el estudiante: Mario Alberto Pérez Ramos, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Autoridades

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Rector

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrectora General

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Vicerrector Administrativo

Lic. Jorge Retolaza

Secretario General

Lic. Leizer Kachler

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto, M.Cs.

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A Dios

A mi familia

A mis compañeros

A mis catedráticos

A la Universidad

Resumen

La empresa Nearsol no cuenta con una red social que presenta de buena forma su línea gráfica y su grupo objetivo, se carece de una guía mensual de contenido, presupuesto, línea gráfica y horarios para realizar las publicaciones en redes sociales.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar una guía de administración de redes sociales para a los usuarios jóvenes en busca de empleo para la empresa Nearsol.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del cliente, grupo objetivo conformado por jóvenes en busca de empleo y expertos en las áreas de comunicación y diseño. El resultado obtenido fue diseñar guía de administración de redes sociales para obtener un mejor resultado a reclutamiento a través de las redes sociales seleccionadas y potenciar los servicios de la empresa. Se recomendó colocar la guía de administración de redes sociales como material de capacitación para el nuevo personal y el personal actual y sea una herramienta de consulta para el seguimiento de una línea gráfica.

Para efectos legales únicamente el autor Mario Alberto Perez Ramos es responsable del contenido de este Proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

Índice:

Capítulo I: Introducción.

Introducción.....	10
-------------------	----

Capítulo II: Problemática.

2.1 Contexto.....	12
-------------------	----

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.	13
--	----

2.3 Justificación.....	13
------------------------	----

2.3.1 Magnitud.....	13
---------------------	----

2.3.2 Vulnerabilidad.....	14
---------------------------	----

2.3.3 Trascendencia.....	14
--------------------------	----

2.3.4 Factibilidad.....	14
-------------------------	----

Capítulo III: Objetivos de diseño.

3.1. Objetivo general.....	17
----------------------------	----

3.2. Objetivos específicos.....	17
---------------------------------	----

Capítulo IV: Marco de referencia.

4.1 Información general del cliente.....	19
--	----

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

5.1 Perfil geográfico.....	32
5.2 Perfil demográfico.....	32
5.3 Perfil psicográfico.....	32
5.4 Perfil conductual.....	33

Capítulo VI: Marco teórico.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	35
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	36
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	42

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	48
7.2 Conceptualización.....	50
7.3 Bocetaje.....	52
7.4 Propuesta preliminar.....	56

Capítulo VIII: Validación técnica.

8.1 Población y muestreo.....	63
8.2 Método e Instrumentos.....	64

8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	64
8.4 Cambios en base a los resultados.....	75
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.	
Capítulo X: Producción, reproducción y distribución.	
10.1 Plan de costos de elaboración.....	91
10.2 Plan de costos de producción.....	91
10.3 Plan de costos de reproducción.....	92
10.4 Plan de costos de distribución.....	92
10.5 Cuadro resumen.....	93
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones.	
11.1 Conclusiones.....	95
11.2 Recomendaciones.....	95
Capítulo XII: Conocimiento general.	98
Capítulo XIII: Referencias.	100
Capítulo XIV: Anexos.	104

Capítulo I

1.1 Introducción

La empresa Nearsol se dedica a brindar servicios muy específicos a sus clientes, entre ellos el reclutamiento de agentes para distintas cuentas de centros de llamadas y las herramientas. Para realizar esta actividad ha sido los medios impresos del país, en donde se encuentra gran inversión semanal para poder captar la atención del público objetivo que se tiene para este objetivo que es contratar personal bilingüe en la ciudad de Guatemala.

Con el presente proyecto se busca crear una propuesta gráfica digital que disminuya la problemática de comunicación de la empresa Nearsol, con el objetivo de dar a conocer a las plazas disponibles a la población a través de las redes sociales.

Para la implementación y diseño de guía de administración de redes sociales para usuarios en busca de empleo actuales y potenciales para la empresa Nearsol, se procede a investigar todos aquellos conceptos relacionados a la elaboración de materiales digitales en redes sociales, esto permite desarrollar la técnica creativa para crear el concepto de diseño. La propuesta gráfica preliminar es válida por el cliente, grupo objetivo y expertos en comunicación y diseño gráfico.

El Diseño de guía de administración de redes sociales para usuarios en busca de empleo actuales y potenciales para la empresa Nearsol debe implementarse para que la empresa Nearsol brinde una mejor información y de fácil comprensión de esta manera los aplicantes reales y potenciales tienen a su disposición mayor información acerca de las plazas y mejor medio y al instante de la publicación de las plazas que ofrece la empresa.

Capítulo II

Capítulo II: Problemática

La empresa Nearsol no cuenta con buenos resultado en redes sociales, a pesar que se realiza una inversión por cada post realizado, ni se tiene estadística de los resultados cuantificables de las mismas. Por esta razón se requiere una guía para saber qué horas y días son mejores y tendrá mayor alcance y resultados la publicación. También es necesario realizar una calendarización de cada post para tener control de las publicaciones realizadas con el fin de crear estadísticas que muestren el rendimiento de la redes sociales y los resultados que pueden ofrecer.

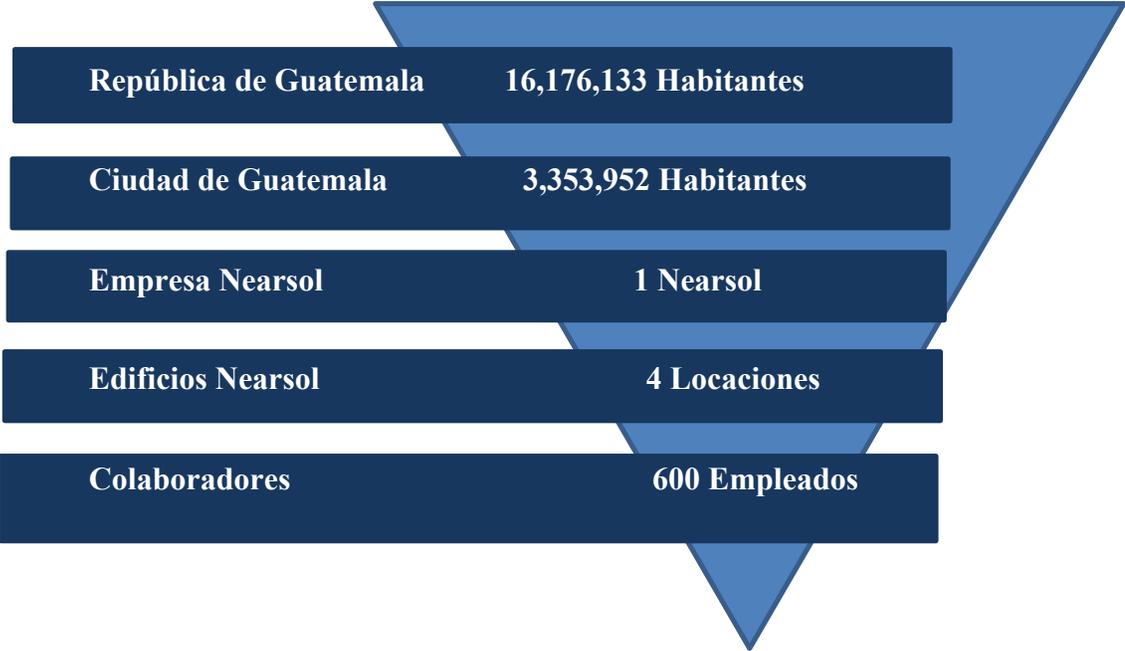
Los objetivos en redes sociales es reclutar personal bilingüe en la ciudad de Guatemala con un nivel de inglés de 80%. Este objetivo es cada 15 días y contratar 25 personas que tiene un costo de contratación de Q4,500 cada persona. Con esta guía se quiere reducir este costo y aumentar el número de contratación y el alcance de las plazas publicadas, también aumentar el número de seguidores de los perfiles empresariales de Nearsol en cada red social.

2.1 Contexto El medio social digital en Nearsol ha dado un resultado inesperado durante los últimos dos años, a tal grado que se eliminó un medio escrito (prensa) por apostarle 85% a las redes sociales y medios digitales pero con el tiempo el reto se ha vuelto más difícil y no se alcanzan los objetivos deseados. Se requiere de un nivel de personas constante para poder realizar pruebas de habilidades y nivel de inglés. Los problemas que se han presentado es la disminución de personas para realizar dichas pruebas para ser contratados a través de la recopilación de datos e historial en redes sociales de Nearsol. Se percató que hay redes sociales que no se utilizan adecuadamente con sus herramientas de origen ni con el contenido adecuado

2.2 Requerimientos de Comunicación y Diseño La empresa Nearsol no cuenta con una guía de administración de redes sociales para usuarios en busca de empleo actuales y potenciales.

2.3 Justificación Para sustentar las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

2.3.1. Magnitud



2.3.2. Vulnerabilidad Al no contar con una guía para mejorar el rendimiento de redes sociales, no se cuenta con los resultados esperados de contratación de personal por medio de las redes sociales teniendo el reto de cada 15 días poder contratar 25 personas durante un lapso de tiempo de los últimos 4 meses del año. En los años anteriores no se han conseguido los objetivos en tiempo, personal contratado y no se ha tenido el alcance deseado en estos medios digitales.

2.3.3. Trascendencia Realizando la guía de programación de redes sociales se influenciará en la línea gráfica y en la calidad de diseño invertido en las imágenes que se llegarán a publicar en estos medios digitales, alcanzando un número mayor de personas. Definiendo el público objetivo se llegará a las personas adecuadas a contratar de acuerdo al perfil solicitado por la empresa Nearsol. La guía de programación de redes sociales será capaz de mostrar las horas y días más favorables para poder realizar las publicaciones.

2.3.4. Factibilidad Para la realización de ese proyecto se necesitan recursos humanos, diseñadores que estén orientados con la red social dentro del departamento de marketing de la empresa Nearsol, quien proporcionará la información necesaria, recursos monetarios y gráficos como fotografías, equipo de cómputo calificado y espacio de trabajo adecuado Apple, sistema Macintosh, con la licencia para la utilización de la Librería Adobe. (Photoshop, Ilustrador, Indesign) principalmente, estos recursos hacen posible y realizable este proyecto.

2.3.4.1 Recursos Humanos: La organización cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales: Los directores ejecutivos de la organización autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos: El estudiante cuenta con los recursos necesario, que posibilita la realización de ese proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos: La organización cuenta con los equipos necesarios y las herramientas indispensables para elaborar, producir y distribuir el resultado del proyecto para la creación de la guía de administración de redes sociales para a los usuarios jóvenes en busca de empleo para la empresa Nearsol.

Capítulo III

Capítulo III - Objetivos del diseño

3.1 Objetivo general: Diseñar una guía de administración de redes sociales para usuarios en busca de empleo actuales y potenciales para la empresa Nearsol

3.2 Objetivos específicos:

3.2.1 Investigar toda la información relacionada a la elaboración de guías de administración y diseño de redes sociales para sustentar la realización de este proyecto.

3.2.2 Recopilar información relacionada a la empresa para incluirla en el proyecto

3.2.3 Diagramar la información e imágenes mediante la colocación adecuada de cada elemento como tipografía, color y composición para que el contenido sea comprendido y de fácil lectura.

Capítulo IV

Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente / Brief

Nombre del Cliente: Nearsol

Dirección: Avenida Reforma 15-85 zona 10 Guatemala Ciudad, Guatemala, nivel 7

Web: www.nearsol.com

Contacto: +502 2504-2700 Ext 4016

Antecedentes: Historia y evolución comercial de Nearsol

La empresa abre sus puertas en el año 2006, siendo una de las empresas de mayor crecimiento en el área de Contact Center y BPO en América Central, elegido como el 'Mejor Exportador en el contact center y BPO Sector de 2016' por la Asociación Guatemalteca de Exportadores. Una empresa con sede en EE.UU., con oficinas centrales en Laguna Niguel, California, una oficina de ventas en Austin, Texas, y centros de entrega en la ciudad de Guatemala y la ciudad de Iloilo.

Comenzó como una operación cerca de la costa en cautividad de servicios de bienes raíces, la compañía se ha expandido en el servicio al cliente entrante mientras se mantiene un brazo desarrollo inmobiliario e instalaciones activa especializada en BPO.

La compañía ofrece servicios en Guatemala, Filipinas y Nicaragua, con los clientes que han estado con nosotros durante más de siete años, sobre todo porque viven por el Mantra “servicio al cliente siempre.”

Cronología:

2007 Agregado de servicio al cliente, cobro de deudas, Atención al cliente y soporte técnico.

2009 comenzó de nuevo, BPO oficina.

2011 Puesto en marcha un sitio de la estructura de salida, compañía de servicios de nómina de personal y consolidado como Nearsol.

2012 segundo sitio está abierto.

2014 inauguración de sitios de tercera y cuarta.

2016 Abrió el quinto lugar y ganó el premio al mejor Contact Center y BPO.

2017 pioneros en Filipinas, Nearsol Academia.

La empresa tiene amplia experiencia en la gestión de procesos para centros de llamadas. Tenemos los mejores recursos tanto de la parte operativa y en la rama tecnológica, por lo que garantizan el éxito en cada nuevo proyecto. Para mantener la eficacia de los procesos, Nearsol se centra en mantener un ambiente de trabajo agradable para los empleados, con el fin de reducir el porcentaje movimiento y abandono. Contamos con el personal más calificado para cada área, que se prepara para su desarrollo profesional dentro de la industria, motivando a sus aspiraciones académicas.

Nearsol tiene un alto nivel de compromiso y disciplina, por lo que nuestros representantes se identifican con la empresa para la que trabajan, así como el servicio de la compañía. Nuestra tecnología y las instalaciones son las más apropiadas para este negocio, ya que se manejan para satisfacer nuestras necesidades del cliente para evitar cualquier fuga de información, lo cual es

una garantía de nuestra parte.

Todo el mundo en Nearsol está facultado por nuestros valores fundamentales. Creemos firmemente que el trabajo duro siempre conduce a la excelencia, la actitud de nuestro pueblo refleja nuestra pasión por todo lo que hacemos, cada nuevo proyecto es una oportunidad para nosotros para innovar. Somos cien por ciento comprometido y decidido a cumplir las expectativas de nuestros clientes y superar ellos por siendo leales a sus necesidades, siempre tener el valor de tomar decisiones con integridad.

Nearsol cree en el poder de las grandes relaciones de trabajo y en la promoción de nuestra cultura de la familia. Inculcamos esto en todos y cada miembro de nuestro gran equipo.

Cultura: Nearsol se centra en ofrecer el mejor servicio al cliente siempre y superar las expectativas y necesidades de los clientes ya existentes. No sólo los proveedores de servicios, pero aliados a sus socios de negocios. La empresa cree en el trabajo en equipo y el respeto mutuo. Entregan sus promesas y están siempre en busca de la mejora continua.

Siempre servicio al cliente es más que una política; es una cultura que se hereda por la alta dirección para asegurar y mantener la motivación y el compromiso de nuestro personal a nuestros clientes.

Misión: Nuestra misión es satisfacer las necesidades de nuestros clientes proporcionando el mejor servicio. Convertirse en un aliado estratégico que ofrece soluciones innovadoras y un servicio al cliente de alta calidad.

Visión: Para convertirse en un líder mundial en el Contact Center y BPO industria de servicios, la creación de valor a través de soluciones innovadoras.

Valores: Integridad, Excelencia, Lealtad, Pasión, Actitud, Compromiso, Valor, Determinación, Esfuerzo e Innovación.

Delimitación Geográfica: Guatemala, Nicaragua, Estados Unidos y Filipinas

B+ A+ A

Factores demográficos:

Nivel socioeconómico: Medio Alto y Alto

Hábitos: Servicio y atención

Género: Hombre y Mujer.

Grupos de Ingreso: guatemaltecos jóvenes dentro de la edad de 18 a 35 años de edad

Servicios: Inmobiliaria y estructura del sitio de salida. Cada instalación está hecha a la medida para satisfacer las necesidades únicas de cada cliente, los requisitos y los estándares corporativos. Se aseguran que sus clientes puedan empezar a funcionar en una bien diseñada instalación lista para el uso de nueva construcción, en un corto período de tiempo. Utilizando modelos financieros OPEX y CAPEX, se brindan soluciones que permiten la rápida puesta en marcha de las operaciones físicas y de negocios de los clientes. Cuando se construyen proyectos de interiores corporativos, se crea un espacio ideal, proporcionando inteligente e innovadora soluciones mano a mano con una ejecución rápida y segura.

Nearsol valora a sus clientes y su privacidad es importante, es por eso que siempre construye sitios independientes para cada uno de ellos. Ofrece un sitio de construcción en Guatemala, Nicaragua y Filipinas, pero no tienen la capacidad, así como en México, Belice, Honduras y El

Salvador. Su amplia cartera de servicios ofrece un gran valor en términos de construcción altamente funcionales, eficientes y entornos de trabajo saludables que son a la medida según las especificaciones de sus clientes.

Los servicios que ofrece incluyen:

- Inmobiliaria y Selección del Sitio.
- Plano de planta y Distribución Diseño.
- Construcción interior Construir a cabo y Gestión de Proyectos.
- Proveedor de Muebles y Equipos.
- Arrendamiento de estaciones de trabajo.
- Selección de personal.

Inmobiliaria y Selección del Sitio: Se trata de ayudar en cada paso del proceso, en primer lugar, mediante la búsqueda y la identificación de la propiedad correcta basada en la especificación detallada proporcionada por el cliente y el uso de estándares de la industria en el mercado local.

Conoce de las dificultades para elegir el sitio correcto para su negocio. Hay muchos factores a considerar, tales como las características de bienes raíces, la ubicación, la accesibilidad de los empleados, mano de obra, los clientes y logística, para nombrar unos pocos. Su trabajo es ayudar a maximizar el retorno de la inversión para reducir las dificultades futuras que puede producirse con la nueva instalación.

Plano de planta y diseño Distribución: Nearsol trabaja en la personalización del diseño, para darle una mejor vista de la distribución del edificio antes de la construcción. Entiende el

deseo de sus clientes para mantener su imagen de marca en sus sitios; es por eso que ofrece una visita in situ de sus propiedades en caso de que desea seguir el mismo estilo de diseño y distribución de su nuevo sitio. Utiliza prácticas de Lean y trabaja en colaboración con los clientes y los equipos de diseño para satisfacer las necesidades únicas de los inquilinos de ajuste de espera de ritmo rápido y el trabajo de renovación de la oficina.

Construcción interior Construir a cabo y Gestión de Proyectos: Se entregan los métodos de construcción de interiores modernos y de ritmo rápido y soluciones de gestión de proyectos que aborden la amplia gama de desafíos de mano de obra y gestión de proveedores se enfrentan las todas las empresas en el complejo mundo de hoy. Constantemente agregan valor mediante la entrega de resultados que tienen un impacto positivo en la eficiencia de los recursos y reducir los costos y mitigar los riesgos. Un director de proyecto será asignado a cada proyecto. Tiene un historial impecable de la entrega de proyectos en o antes de lo previsto y con los estándares de seguridad más altos. Pueden entregar centro de llamadas 500 asientos dentro de 8-12 semanas de tener los planos aprobados.

Proveedor de mobiliario y equipo: Utilizando los modelos de costes operativos y gastos que puede entregar llave en mano, instalaciones totalmente amueblado y totalmente equipado. A través de su sistema de compras, y empresas asociadas, Nearsol asegura clientes de precios competitivos para todos los muebles y equipos para las oficinas y garantiza que los servicios de valor añadido estén disponibles y proporcionados. Las modernas instalaciones sirven como herramientas de reclutamiento para atraer y retener a los mejores empleados.

Arrendamiento de estaciones de trabajo: Nearsol ofrece un servicio de estación de trabajo de arrendamiento para que pueda tener un entorno de trabajo cómodo de manejar. Sus sitios son diseñados y construidos de forma independiente para cada cliente. La empresa valora la privacidad

de sus clientes y es por eso que siempre ofrece el arrendamiento estación de trabajo en sitios particulares de cada cliente.

Ofrece instalaciones plug-and-play competitivos, rentables y totalmente personalizable. Cuenta con opciones de arrendamiento estación de trabajo, para ayudar a las empresas a reducir los costes de externalización para que puedan centrarse más en su negocio y menos en la gestión de una oficina.

Se preocupa por su cliente y por el éxito de su negocio; es por eso que proporciona la asistencia que necesita.

Los paquetes de arrendamiento estación de trabajo incluyen:

- PC / ordenador portátil.
- Agente de escritorio y silla de oficina.
- Locker para cada empleado.
- Plug and play cableado estructurado certificado.
- Conexión a Internet estándar.
- Electricidad y Aire Acondicionado.
- Soporte de TI.
- Líneas de fibra óptica.
- Espacio y equipamiento del Centro de Datos.
- Múltiples proveedores de Internet.

- Conexión a Internet redundante con varias puertas de enlace.
- Energía de respaldo proporcionado por el edificio en caso de corte de energía.
- 24/7 Servicio de seguridad con acceso con tarjeta.
- Espacio de formación.
- Sistema de control de acceso.
- Sala de conferencias.
- Cafetería y áreas comunes de uso.

Administración de recursos humanos: La experiencia de consultoría en gestión de recursos humanos Nearsol subcontratada ayuda a proporcionar apoyo al empleo flexible y práctico que necesita los negocios de sus clientes. Tomando un enfoque diferente a la HR subcontratado, el suministro de una gama de paquetes de consultoría, las funciones de apoyo a la empresa que le permiten centrarse en la gestión de su negocio. La externalización de servicios de recursos humanos a los profesionales puede hacer una gran diferencia, ya que la capacidad de reclutar y entrenar a los empleados altamente especializados a menudo puede ser un proceso que consume tiempo y costoso. Los servicios de externalización de gestión de recursos humanos se pueden dividir en cuatro categorías generales.

Servicios ofrecidos:

- La externalización de recursos humanos.
- Contratación y personal.
- El arrendamiento de empleados.

Outsourcing de recursos humanos: Cuenta con los medios y la experiencia para que lo haga por sus clientes, lo que les permite a los clientes centrarse en los procesos clave del negocio y las competencias básicas. El proceso implica servicios relacionados con la gestión actual de recursos humanos. Realizando todos los habituales procesos de gestión de recursos humanos internos.

- Servicios de contabilidad relacionados.

- Esquema de motivación.

- Programas de retención y Compromiso.

- Servicios legales relacionados.

- Desarrollo de la empresa.

- Trayectoria de carrera.

- Servicios de formación.

- Estudios de Trabajo y salarios.

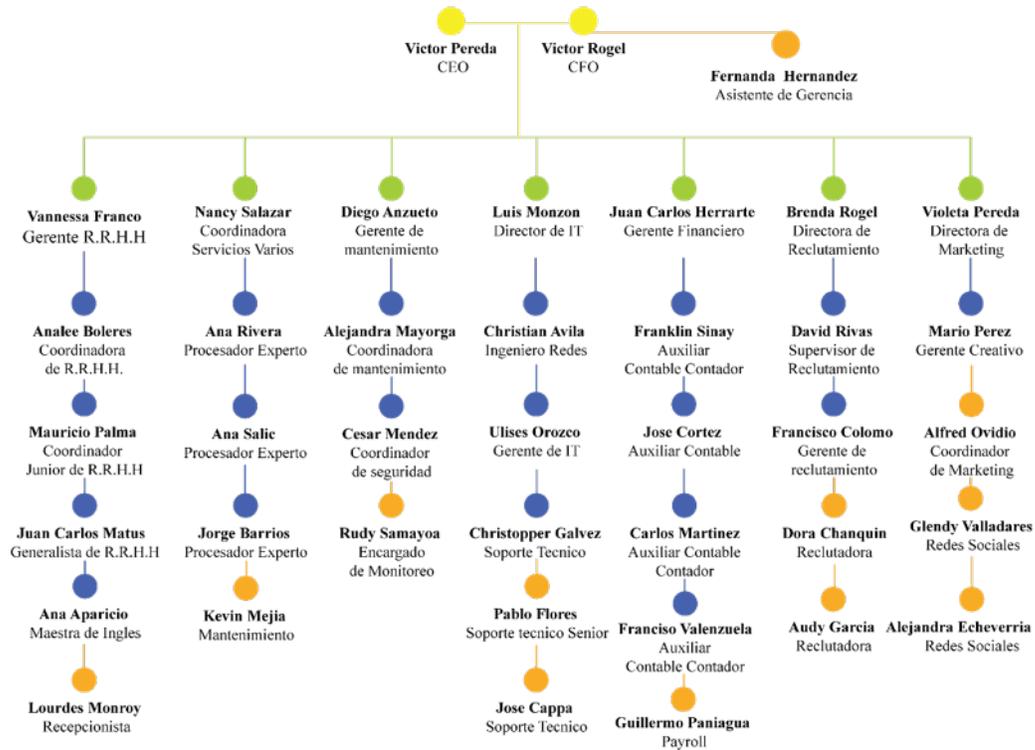
Contratación y personal: Nearsol es una empresa que se centra en la colocación de personal altamente calificado en las diferentes áreas de una empresa. Cuenta con más de cinco años de experiencia en el campo de Reclutamiento y Selección; sabiendo la importancia de encontrar el personal adecuado a las necesidades de cada empresa en particular. Se realiza la verificación de antecedentes internos, una prueba de drogas 10 de panel, las pruebas de nivel de inglés, los procesos de entrevista y filtros que nos ayudan a conocer el potencial, habilidades y conocimientos de cada candidato, asegurándose de que sean compatibles con el perfil requerido. El enfoque principal es la búsqueda de puestos de trabajo sostenibles para evitar la rotación temprana.

La filosofía de trabajo se basa en el compromiso, porque es a través de la experiencia y conocimiento que se puede alcanzar la satisfacción total del cliente. Nearsol es una empresa que promueve la diversidad del potencial que cada empleado posee y que se adapta al trabajo todos los días. La vasta red de relaciones y las bases de datos automatizadas de profesionales preseleccionados, acreditados y disponibles, impulsados por la tecnología exclusiva de reclutamiento, permiten identificar y aislar rápidamente los candidatos ideales para llenar sus necesidades de personal.

El arrendamiento de empleados: El arrendamiento de empleados es una gran alternativa a la selección de personal tradicional que elimina varios elementos costosos y lentos. Se hace para cubrir un puesto a tiempo parcial a tiempo completo o, este enfoque ayudará a evitar un buen número de tiempo e inversiones monetarias, incluyendo la localización, las entrevistas y la contratación de empleados, así como la gestión de sus impuestos sobre la nómina y gastos de otros procesos de gestión de recursos humanos. Este servicio se realiza generalmente si un cliente necesita mano de obra adicional para llevar a cabo tareas de carácter de una sola vez, o si un cliente requiere que los empleados con habilidades específicas y conocimientos que no están disponibles internamente.

Si un cliente requiere un empleado que trabaja fuera de la región de la compañía de clientes, pero por alguna razón, un cliente no desea registrar una comisión de servicio en otra región, empleados arrendados pueden realizar sus tareas diarias de una de las sucursales. Por otra parte, los empleados subcontratados también pueden estar situados dentro de la oficina de un cliente, mientras que se mantiene el empleador Nearsol jurídica responsable del manejo de todos los procesos de gestión de recursos humanos relacionados con los empleados.

Organigrama:



Datos del logotipo:

Tipo de logo: Logotipo

Tipografía: Romded

NEARSOL

Foda:

<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none">-Historial en redes sociales.-Confianza.-Única empresa en la región en su mercado.-Personal Con las habilidades necesarias.-Variedad y adaptabilidad de servicios.	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none">-Equipo adecuado para desarrollar un mejor. trabajo en redes sociales.-Clientes afianzados y nuevos por adquirir.-Competitividad al máximo por ser una empresa única.-Capacidad de producir su material empresarial.-Servicios completos y personalizados.
<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none">-Localidad.-Adquisición de clientes en periodos largos.-En la innovación existen riesgos.-Poca Capacitación para el personal en las diferentes áreas.-Bajo salarios.	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none">-No hay supervisión constante a nuevos proyectos.-Rotación constante de personal.-Resistencia a los cambios.-Horarios no flexibles.-Poca participación en medios digitales.

Capítulo V

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

La guía de administración de redes sociales va dirigido a los colaboradores en el área de marketing de la empresa Nearsol con el fin de capacitar en el área de la red social, son diseñadores especializados en community manager en redes sociales en el área de mercadeo. La media de edad está entre 20 a 40 años, el grupo de trabajo está en una etapa de estudio, capacitación y trabajo simultáneamente.

5.1 Perfil geográfico: El proyecto se realiza en el departamento de Guatemala, en el departamento de marketing de Nearsol, en el edificio Inter Banco que se encuentra en Avenida Reforma 15-85 7mo nivel de la zona 10, Ciudad capital de Guatemala. La localización de la ciudad es al norte-centro del país, en donde habitan el 21% de la población, aproximadamente 4,5 millones de personas, Se encuentra en una altura de 1,530 metros sobre el nivel del mar y su latitud es: 14° 37'15'' y la longitud 90° 31'36''0, su extensión territorial es de 2,126 km² el clima en el departamento es templado generalmente.

5.2 Perfil demográfico: Dentro del grupo objetivo se tiene, desde community manager hasta diseñadores gráficos, En los que se divide 40% mujeres y 50% hombres que tienen un nivel educativo medio y superior, con títulos de diversificado y títulos universitarios. El nivel socioeconómico se manifiesta de la siguiente manera: Community manager B Diseñadores, que rondan entre la edad de 20 a 40 años de edad con ingresos económicos entre Q5,500 a Q7,000.

5.3 Perfil psicográfico:

Clase social: Nivel B, -B

Estilo de vida: Obrero dependiente.

Personalidad: Creativa e Innovadora.

Actitud: Positiva y emprendedora.

Hobbies: Diseñar, actualizaciones, reposar en casa y convivencia familiar.

5.4 Perfil conductual: El personal de Nearsol se identifica con la empresa y sus servicios, ya que es un trabajo en equipo que se realiza para llegar a los buenos resultados diariamente. Laboran es horario establecido por ocho horas diarias a la semana, con dos días de descanso semanal, en los que deben mantener una actitud positiva y proactiva, ser amable y estar concentrados en sus áreas laborales para producir con excelencia laboral.

Tabla de Niveles Socio Económicos 2009/Multivex

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computador a familia electrodomesticos básicos
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo

Capítulo VI

Capítulo VI: Marco teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio:

6.1.1 Centro de llamadas: Es una oficina en donde convergen un grupo de personas especialmente entrenadas para poder brindar un tipo de atención o servicio telefónico. Los centros de llamadas son destinados a establecer una relación de comunicación con los clientes, los potenciales clientes, los proveedores, los socios comerciales u otros grupos. (salud.com.net, 2004)

6.1.2 Reclutamiento: El reclutamiento se define como el proceso de atraer individuos oportunamente en suficiente número y con los debidos atributos y estimularlos para que soliciten empleo en la organización. Igualmente, puede ser definido como el proceso de identificar y atraer a la organización a solicitantes capacitados e idóneos.

Es importante señalar que los planes de reclutamiento, selección, capacitación y evaluación deben reflejar como meta el promover y seleccionar a los colaboradores de la empresa lo cual incluye la elaboración de política de la empresa, los planes de los recursos humanos y la práctica de reclutamiento. (Gordon, 2010)

6.1.3 Desarrollo de negocios: Es la unión de mercado, cliente y ventas. Es en estas variables en donde se fundamenta las bases, estrategia y motor de ventas solido que pueda producir ventas o aumentarlas. También es la gestión de multidisciplinaria para la definición de productos y servicios, encaminada a reforzar su comercialización. Definición de nuevas oportunidades, creación de necesidades y diseño de una estrategia de alianzas o negocios. (Citibank, 2007)

6.1.4 Bienes inmuebles: Son aquellos elementos de la naturaleza, que no pueden trasladarse de forma inmediata de un lugar a otro sin su destrucción o deterioro porque responde al concepto de fijeza. (Bienes, 1997).

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño:

6.2.1 Comunicación: La palabra Comunicación viene del latín *communicare* que significa “Hacer a otro participe de lo que uno tiene”. La actividad de comunicar o comunicarse, es el proceso por el que se trasmite y recibe una información. Todo ser humano y animal tiene la capacidad de comunicarse con su respectiva especie (Nisla V. Guardia de Viggiano, 2014).

6.2.2 Elementos de la Comunicación: La comunicación es un intercambio de información, en el que un emisor traslada a un receptor por medio de un canal de comunicación, produciendo una respuesta del receptor al emisor, obteniendo en el proceso de la comunicación los siguientes elementos

Emisor: Es quien produce el mensaje a transmitir.

Receptor: Puede ser un grupo o una persona quien recibe el mensaje y lo interpreta.

Mensaje: Es la información que se quiere transmitir al receptor por medio del emisor.

Canal: Elemento físico en el cual se emite el mensaje hacia el receptor y el lo percibe por medio de los sentidos corporales. Se define como canal al medio natural como al medio técnico empleado y se perciben a través de los sentidos del receptor.

Código: Grupo de signos y reglas que, formando un lenguaje, ayudan a codificar el mensaje.

Contexto: Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida. (Recursos, 2007).

6.2.3 Funciones de la Comunicación: Cuando emitimos un mensaje, ponemos énfasis en uno de los factores comunicativos, entonces podemos decir que se privilegia una función

determinada. Es consustancial al ser humano, que es eminentemente un ser social, las diversas funciones que tiene la comunicación son básicas para el desarrollo de la persona. Entre estas funciones están:

Afectiva: Nos relacionamos emocionalmente con los demás, expresando nuestros sentimientos y afectos. Esta función de la comunicación es de gran importancia para la estabilidad emocional de las personas.

Reguladora: La comunicación es utilizada para regular el comportamiento de una sociedad y adaptarla a otra.

Informativa: A través de la comunicación se transmite historia, cultura, sentimientos, etc. Esta función es muy importante en el área educativa. (Amorós, 2007)

6.2.4 Propósito de la Comunicación: Informar: Como por ejemplo una conferencia, una sesión de clase, un anuncio publicitario o una plática interpersonal para contar alguna novedad.

Entretener: Es cuando se cuenta un chiste, un cuento, una anécdota o una conversación trivial. (Amorós, 2007)

Persuadir: Es la comunicación que pretende modificar la conducta o la opinión de una o más personas. (Viggiano, 1992).

6.2.5 Tipos de Comunicación:

6.2.5.1 Comunicación Verbal: Podemos crear comunicación sin mencionar palabras, sin escribir. La acción es la actividad de comunicación no verbal que tiene igual importancia que la palabra y las ilustraciones. Puede ser por medio del movimiento corporal (postura, gestos, ademanes), la prosémica (uso físico de los espacios), etc. La comunicación verbal es la que se vale

de la palabra para dar el mensaje es la principal forma de comunicación que se utiliza. Puede ser oral o escrita. Por ejemplo: Conversaciones, juntas, entrevistas, memorandos, cartas, tablero de avisos, correo electrónico, páginas de internet etc. (Viggiano, 1992).

6.2.5.2 Comunicación No Verbal: La comunicación no verbal incluye expresiones faciales, tono de voz, patrones de contacto, movimientos, diferencias culturales, etc. En la comunicación no verbal se incluyen tanto las acciones que se realizan como las que dejan de realizarse. Así, un apretón de manos fuerte, o llegar tarde todos los días al trabajo son también comunicación.

En las organizaciones, la comunicación no verbal se da por las asignaciones de espacios físicos, la manera en que se sienta la gente en las juntas, la forma como se visten, etc. (Viggiano, 1992)

6.2.5.3 Comunicación Gráfica: La ilustración y los gráficos son el complemento para la comunicación verbal, se refiere a los apoyos gráficos que se utilizan tanto para apoyo como para un mensaje o una idea completa. Las organizaciones utilizan diagramas de avance, mapas, logotipos, iconos y otro tipo de gráficos para complementar la actividad de comunicación. Es importante combinar las ilustraciones con palabras bien seleccionadas para lograr el éxito de la comunicación.

De igual manera, las fotografías, pinturas y similares obras de arte tienen una función de comunicar por sí mismas, por medio de la imagen que transmiten. (Viggiano, 1992).

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Conceptos de diseño: El diseño es el resultado de un proceso, cuya meta es buscar una solución idónea a cierta problemática particular, pero tratando en lo posible de ser

práctico y a la vez estético en lo que se hace. Para poder llevar a cabo un buen diseño es necesario la aplicación de distintos métodos y técnicas de modo tal que pueda quedar plasmado bien sea en bosquejos, dibujos, bocetos o esquemas lo que se quiere lograr para así poder llegar a su producción y de este modo lograr la apariencia más idónea y emblemática posible. (Vignelli, 2003).

6.2.2.2 Elementos del diseño:

6.2.2.2.1 Elementos conceptuales: Según Semanal 2008 los elementos conceptuales no son visibles, no tienen existencia física punto, línea, plano, volumen. (Samara, 2008)

6.2.2.2.1.1 Punto: Indica posición, no tiene largo ni ancho, no ocupa una zona en el espacio, es el principio y fin de una línea y es donde dos líneas se cruzan. (Samara, 2008)

6.2.2.2.1.2 Línea: Cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en una línea, tiene largo, pero no ancho, tiene posición y dirección, está limitada por puntos y forma los bordes de un plano. (Samara, 2008).

6.2.2.2.1.3 Plano: El recorrido de una línea en movimiento se convierte en plano, un plano tiene largo y ancho, pero no grosor, tiene posición y dirección, está limitado por líneas, define los límites extremos de un volumen. (Samara, 2008).

6.2.2.2.1.4 Volumen: El recorrido de un plano en movimiento se convierte en volumen, tiene una posición en el espacio y está limitado por planos, en un diseño bi-dimensional, el volumen es ilusorio. (Samara, 2008).

6.2.2.3 Elementos visuales: Cuando los elementos conceptuales se materializan se hacen visibles, los elementos visuales forman la parte más importante de un diseño, porque son lo que realmente vemos, forma, medida, color, textura. Los elementos visuales son la materialización de

los elementos conceptuales, cuando dibujamos en un papel empleamos una línea visible para representar una línea conceptual. (Samara, 2008).

6.2.2.2.3.1 Forma: Todo lo que puede ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción. (Samara, 2008).

6.2.2.2.3.2 Medida: Todas las formas tienen un tamaño, el tamaño es físicamente mensurable, aunque resulta relativo cuando es comparado. (Samara, 2008).

6.2.2.2.3.3 Color: Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. (Samara, 2008).

6.2.2.2.3.4 Textura: La textura se refiere a las características de la superficie de una forma. (Samara, 2008).

6.2.2.2.4 Elementos de relación: Este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño: Dirección, posición, pueden ser percibidos, espacio, gravedad y pueden ser sentidos (Samara, 2008).

6.2.2.2.4.1 Dirección: Depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas. (Samara, 2008).

6.2.2.2.4.2 Posición: La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o la estructura. (Samara, 2008).

6.2.2.2.4.3 Espacio: Las formas ocupan un espacio, el espacio puede estar ocupado o vacío, puede ser pleno o ilusorio para sugerir una profundidad. (Samara, 2008).

6.2.2.2.4.4 Gravedad: No es visual sino psicológica, atribuimos a las formas pesadez o liviandad, estabilidad o inestabilidad. (Samara, 2008).

6.2.2.2.5 Elementos prácticos: Los elementos prácticos subyacen en el contenido y el alcance de un diseño, representación, significado y función. (Samara, 2008).

6.2.2.2.5.1 Representación: Cuando una forma deriva de la naturaleza o de algo hecho por el ser humano, es representativa. (Samara, 2008).

6.2.2.2.5.2 Significado: Todo diseño transporta un mensaje, todos los elementos significan. (Samara, 2008).

6.2.2.2.5.3 Función: Un diseño debe servir a un determinado propósito. (Samara, 2008).

6.2.2.3 Clasificación del diseño:

6.2.2.3.1 Diseño Editorial: El diseño editorial es la rama del diseño gráfico dedicada a la maquetación y composición de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros. (Jordi Alberrich, 2002).

6.2.2.3.2 Diseño publicitario: El diseño publicitario comprende la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como: revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos, etc. (Jordi Alberrich, 2002).

6.2.2.3.3 Diseño web: El diseño web es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web y páginas web. No es simplemente una aplicación del diseño convencional, ya que requiere tener en cuenta cuestiones tales como navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información y la interacción de medios como el audio, texto, imagen y video. (Jordi Alberrich, 2002).

6.2.2.3.4 Diseño identidad corporativa: La identidad corporativa de una empresa o marca se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo, posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma. (Jordi Alberrich, 2002).

6.2.2.3.5 Diseño tipográfico: Es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión. (Jordi Alberrich, 2002).

6.2.2.3.6 Diseño cartelera: Un cartel cumple su función cuando destaca visualmente un anuncio de cualquier tipo, como por ejemplo locales comerciales. Su objetivo es captar la atención del público que está en movimiento. Un cartel deberá tener las dimensiones considerables y un diseño de alto impacto, para ser visto a grandes distancias. (Jordi Alberrich, 2002).

6.2.2.3.7 Diseño señalética: La señalética es una actividad perteneciente al diseño gráfico que estudia y desarrolla un sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de señales o símbolos que cumplen la función de guiar, orientar u organizar a una persona o conjunto de personas en aquellos puntos del espacio que planteen dilemas de comportamiento, como por ejemplo dentro de una gran superficie. (Jordi Alberrich, 2002).

6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias:

6.3.1 Ciencias auxiliares:

6.3.1.2 Psicología Es una ciencia que debe ser aplicada en este proyecto, ya que tiene como fin el estudio de la conducta y los procesos mentales de las personas, y ayudará a comprender de mejor manera el grupo objetivo, en cuanto a su comportamiento, la interacción con su entorno y el ambiente laboral en el que se encuentra. Esto ayudará a establecer una comunicación directa y con fluidez. (Tirado, 2013).

6.3.1.3 Psicología industrial: Esta disciplina pone el punto de atención en la selección de personal, programas de formación en gestión de recursos humanos, desarrollo de programas para impulsar la eficacia laboral en una organización. La finalidad de esta rama práctica de la psicología es llevar a cabo programas a través de los que impulsar el desarrollo profesional de los trabajadores,

poniendo una atención especial en la productividad ya que dicho incremento en el rendimiento es un beneficio para la propia organización. (Aamodt, 2003).

6.3.1.4 Andragogía: La Andragogía es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto. Etimológicamente la palabra adulto, proviene de la voz latina adultus, que puede interpretarse como "ha crecido" luego de la etapa de la adolescencia. El crecimiento biológico del ser humano llega en un momento determinado al alcanzarsu máximo desarrollo en sus aspectos fisiológicos, morfológicos y orgánicos; sin embargo, desde el punto de vista psico-social, el crecimiento del ser humano, a diferencia de otras especies, se manifiesta de manera ininterrumpida y permanente. (Mexico, 2009).

6.3.1.4 Semiología: La semiología es de vital importancia para la elaboración de guía de administración de redes sociales, ya que los signos ayudan a establecer mejor comunicación con el grupo objetivo al que se dirige el mensaje, al generar un mejor entendimiento de los temas a capacitar, en este caso son los diseñadores del departamento de mercadeo de la empresa Nearsol. Es por ello que esta ciencia es importante, ya que se encuentra presente en cualquier proceso de comunicación, en especial en la elaboración de un material gráfico. (Ferdinand de Saussure 1850)

6.3.1.4 Sociología: Ciencia del comportamiento humano en situaciones sociales (Augusto Comte 1800)

6.3.1.4 Antropología: Ciencia que analiza al hombre en el contexto cultural y social del que forma parte. Así analiza el origen del ser humano, su desarrollo como especie social y los cambios en sus conductas según pasa el tiempo.(Georges-Louis Leclerc 1793)

6.3.1.5 Sociología La sociología es importante para la elaboración del contenido de este proyecto, ya que estudia la relaciones que mantienen los grupos sociales, analiza formas internas

en que los grupos se organizan y las relaciones que mantienen entre sí y con el sistema. Es por ello que esta ciencia ayuda a la comprensión y entendimiento del grupo objetivo para la producción de temas en el ámbito digital que sean de aprendizaje para el mismo y se logren resultados positivos para la organización.

6.3.1.6 Psicología del color Es primordial aplicar la psicología del color en el proyecto, ya que es la parte que se considera más emotiva del proceso visual, gracias a que los colores expresan sentimientos, emociones y estados de ánimo, entre otros. Por ello es indispensable aplicarlo correctamente, ya que el color les da significado y vida a los demás elementos visuales, pueden valerse de esto para realizar un diseño equilibrado que refuerce la información y el contenido del manual en armonía con el color. Cada color provoca distintas percepciones, y es de vital importancia su correcto uso para persuadir al grupo objetivo a la lectura y así lograr un buen entendimiento del contenido del manual de referencia digital, para generar resultados positivos con su desempeño para la organización en un futuro.

6.3.1.7 Literatura La literatura forma parte fundamental para la elaboración del contenido informativo que irá dentro de la guía de administración de redes sociales, ya que es un arte que tiene como instrumento principal el uso correcto de las palabras y la suma de conocimientos, se realizarán temas con mensajes e información comprensible. Tiene el fin de lograr un correcto aprendizaje del grupo objetivo, y en un futuro puedan ser aplicados para generar resultados para la empresa en cuanto a mejorar la producción de infografías.

6.3.2 Teorías:

6.3.2.1 Gestalt: Plantea que el conocimiento es una síntesis de la forma y del contenido que han sido recibidos por las percepciones. Enfatiza, que cada persona tiene su propia percepción que

es relativa y está incluida no solo por los propios mecanismos de percepción sino también por su historia, su actitud y su motivación en cada momento de su existencia. (González, 1970) .

6.3.2.2 Funcionalista: Técnica de la educación y la teoría del capital humano son las más usadas en el campo de la economía de la educación para analizar las relaciones existentes, entre la expansión de la demanda educativa y la generada por los mercados de trabajo de los egresados del sistema escolar. (González, 1970).

6.3.2.3 Teoría del Color La teoría del color es tan importante como la psicología del color, ya que ambas tienen como fin el comunicar correctamente a través del color. El uso de una gama de colores puede hacer legible y agradable la lectura del manual de referencia digital de infografía deportiva. Esta teoría es primordial para que el grupo objetivo se sienta cómodo en el aprendizaje del contenido y los elementos gráficos formen una armonía con la información.

6.3.2.4 Teoría del Diseño La aplicación de la teoría del diseño en la elaboración de este proyecto es conveniente, ya que el fin de la misma es persuadir a la lectura e informar, realizar composiciones adecuadas y atractivas de los elementos. Es precisamente eso lo que se busca para el grupo objetivo, para luego lograr un aprendizaje por medio del diseño y el contenido del manual de referencia digital de infografía deportiva. En esta teoría se debe tomar en cuenta el color, las formas, las imágenes y todo lo que se vaya a incluir en el diseño para hacerlo un producto agradable y se logre una atracción, motivación e interés de parte del grupo objetivo.

6.3.3 Artes:

6.3.3.1 Fotografía: El término fotografía procede del griego y quiere decir “diseñar o escribir con luz”. Llamamos fotografía al proceso de capturar imágenes mediante algún dispositivo tecnológico sensible a la luz, que se basa en el principio de la cámara oscura. El sistema original

de fotografía que se mantuvo hasta hace algunos años actuaba con películas sensibles con el propósito de almacenar la imagen capturada para luego imprimirla. Más recientemente, se utilizan sistemas digitales con sensores y memorias para tomar fotos de una forma más sencilla, rápida y con mejores resultados. (Langford, 1978).

6.3.3.3 Tipografía: Etimológicamente la tipografía (del griego τύπος tipos, golpe o huella, y γράφω gráfo, escribir) es el arte y técnica del manejo y selección de tipos, originalmente de plomo, para crear trabajos de impresión. (Stanley Morison 1890)

6.3.3.5 Ilustración: Se entiende por ilustración, cualquier obra trazada con acuarela, tinta china, óleo, aerógrafo u otros materiales similares. La ilustración no debe ser confundida con el dibujo. Se utilizó desde sus inicios fundamentalmente con fines publicitarios, como en el caso de carteles, anuncios de productos, decoración de portadas de libros, cómics o para describir en imágenes las acciones de cuentos, fundamentalmente infantiles. (FADIP, 2003).

6.3.4 Tendencias:

6.3.4.1 Estilo modernista contemporáneo: Es bastante sencillo. No lleva molduras ni detalles recargados, es de líneas rectas y simples. La decoración transmite una sensación de informalidad y juventud. Es simple y funcional, se caracteriza por crear espacios amplios y luminosos. Se puede optar por colores claros en paredes y muebles. Es un estilo muy práctico, los muebles son de líneas puras y detalles discretos. (FADIP, 2003).

6.3.4.2 Vanguardismo El vanguardismo es importante para la realización de este proyecto, ya que se busca persuadir a los receptores a observar completamente la guía de administración de redes sociales. Es un producto innovador para la sección de arte y diagramación en cuanto a la elaboración de infografías deportivas para el periódico.

Capítulo VII

Capítulo VII Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico:

7.1.2 Andragogía Es una ciencia que tiene gran magnitud dentro de este proyecto, ya que se realizará un manual de referencia digital, dirigido a los diseñadores del departamento de mercadeo de la empresa Nearsol, con el fin de lograr en ellos el aprendizaje acerca de la elaboración de post para las redes sociales, esto con el fin de beneficiar a la empresa al entregar productos de calidad a sus aplicantes y usuarios. Es por ello que esta ciencia es de mucha importancia aplicarla, ya que va dirigida a personas adultas con el propósito de capacitarlas con una guía de administración de redes sociales y fomentar un crecimiento profesional en cada uno de los que integran el grupo objetivo.

7.1.3 Psicología de la comunicación La psicología de la comunicación es indispensable para la elaboración de la guía de administración de redes sociales, porque ayudará a que la información y el mensaje sean enfocados de forma adecuada para el grupo objetivo, lo que permitirá que sea un mensaje comprensible e inteligible para quien lo lea.

7.1.4 Psicología de la imagen Esta rama de la psicología es esencial, ya que es la que se encarga de ver la calidad de la imagen tanto interna como externa de la empresa, y es uno de los factores que deben tomarse en cuenta en este proyecto, ya que se desea proyectar productos de mejor calidad para los lectores y usuarios de redes sociales a través de los resultados internos logrados por la capacitación del personal para la realización de contenido para redes sociales.

7.1.5 Tecnología La tecnología es la ciencia que se considera la más importante para la elaboración de la guía de administración de redes sociales, ya que el proyecto será reproducido de manera virtual, por lo que es muy necesario contar con la tecnología adecuada para producirlo y

distribuirlo con éxito. También es gracias a la tecnología que el proyecto es realizable, ya que brinda las herramientas con las plataformas virtuales y los programas específicos de diseño editorial para la elaboración del mismo.

7.1.6 Fotografía La implementación de la fotografía dentro del proyecto es trascendental, ya que ayuda a generar un mayor impacto visual al atraer y mantener la atención del grupo objetivo hacia el contenido de la guía de administración de redes sociales. Es importante que las fotografías que se presenten sean del agrado de los diseñadores y sirvan como apoyo visual a la información dentro de la guía de administración de redes sociales.

7.1.7 Dibujo La base de todo elemento gráfico o diseño es por naturaleza el dibujo, por lo que para la realización de este proyecto es primordial, ya que todo empieza desde el boceto, luego cambios y mejoras para culminar en un arte final, que es reproducido y presentado al grupo objetivo con un propósito. El dibujo es importante para la realización de la portada y contra portada del guía, las propuestas de diagramación dentro del mismo, propuestas de ilustraciones y cada una de las partes que conforman el proyecto.

7.1.8 Recorrido Visual Esta teoría es primordial en cuanto a la lectura del contenido que va dentro del proyecto, ya que hace que sea más agradable el recorrido visual para el lector, por lo que la información debe ir en el ángulo superior izquierdo dentro de las páginas de la guía de administración de redes sociales. El recorrido visual será de vital importancia al diseñar el interior, ya que, al confeccionar un elemento gráfico, en este caso infografías, los lectores tienen un punto de atracción visual al observar el producto y ese mismo punto los guía a leer y observar todo el material. Es por ello que esta teoría es de vital importancia para que el grupo objetivo sea atraído

tanto por la lectura como por los elementos gráficos del interior de la guía de administración de redes sociales y se logre un completo entendimiento de parte del mismo.

7.1.9 Imágenes grandes Son primordiales en la elaboración de la guía de administración de redes sociales ya que tiende a ser muy llamativa a la vista del receptor. Es una composición gráfica que capta la atención del ojo en base a imágenes reales y bien aprovechadas en tamaño y espacio, por lo tanto, en las infografías se utilizará esta tendencia.

7.1.10 Diseño Tipográfico El diseño tipográfico es primordial en la producción del manual de referencia digital de infografía deportiva, ya que es una tendencia que establece jerarquías para diferenciar la información a insertar en el proyecto. Esta tendencia da personalidad a la diagramación de los textos ya que hace sentir a los usuarios que el contenido viene directamente de una persona y no de una máquina.

7.2 Conceptualización:

7.2.1 Método Se utilizará la técnica creativa Do it para desarrollar la propuesta gráfica Creación de guía de administración de redes sociales para a los usuarios jóvenes en busca de empleo para la empresa Nearsol.

¿Qué es? Es una técnica desarrollada por Roger Olsen. Do It, traducido “hágalo” se basa en los siguiente conceptos:

- Definir
- Abierto
- Identificar

- Transformar

Esto viene a significar la necesidad de definir problemas, abrirse a muchas soluciones posibles, identificar la mejor solución y luego transformarlo en acción

7.2.2 Aplicación de la técnica creativa Do it.

Transforme las ideas en acción.

Las ideas que se proponen como conclusión para definir el concepto de la manual de referencia digital de infografía deportiva guía de administración de redes sociales conforme a la técnica do it son: Capacitación y crecimiento, Productos de calidad en base a publicaciones interesantes., Crecimiento empresarial como profesional, Un buen servicio es fundamental.

7.2.3 Definición del Concepto

El concepto en el que se basará la propuesta gráfica de la guía de administración de redes sociales de la empresa Nearsol. para capacitar al personal de diseñadores es:

“Capacitación y crecimiento profesional”.

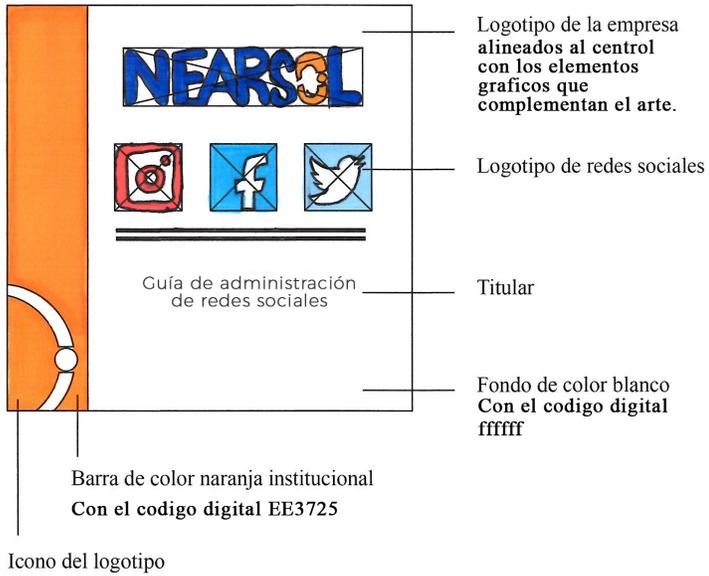
Este concepto hace referencia a que la capacitación, la planificación y el crecimiento profesional de cada colaborador de la empresa es muy importante, ya que será innovador para el periódico al entregar mejores resultados y así generar comentarios positivos de sus lectores, con ello generar buena imagen de los productos que publique en sus redes sociales la empresa Nearsol.

7.3 Bocetaje

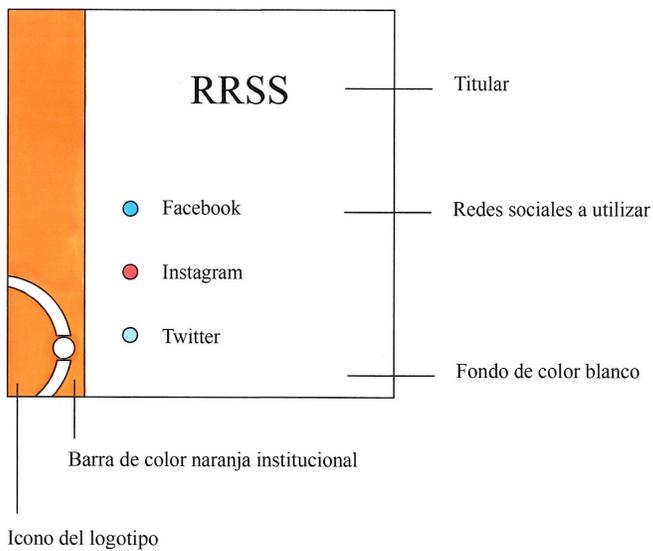
7.3.1. Propuesta 1

Boceto

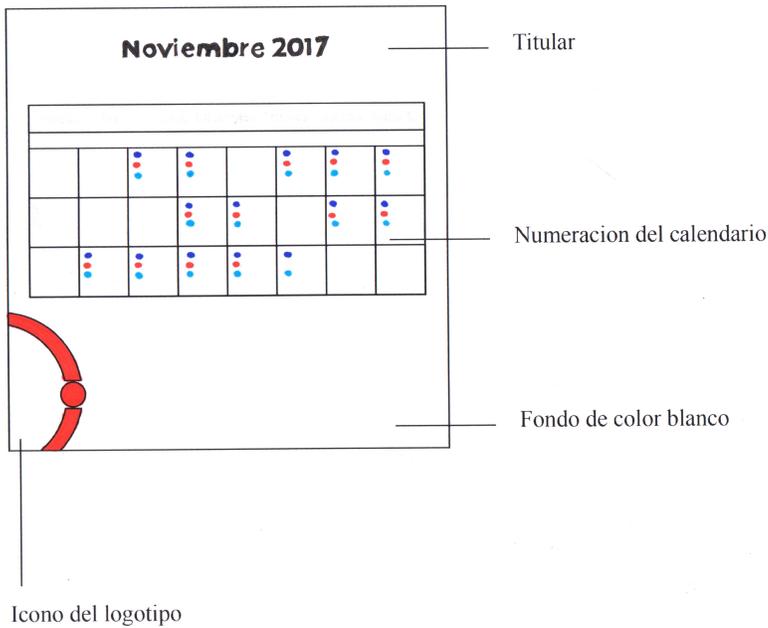
Portada



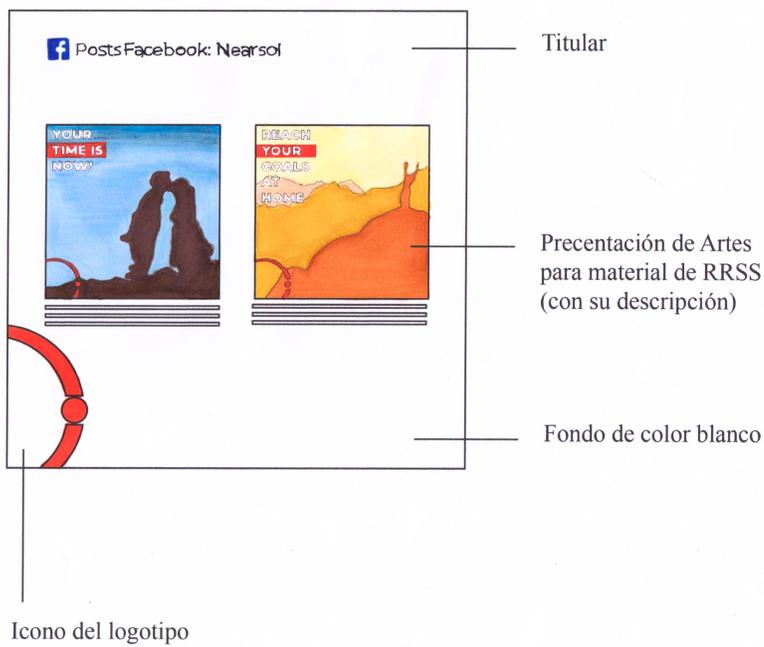
Inicio de guía



Calendarización de Guía



Calendarización de Guía



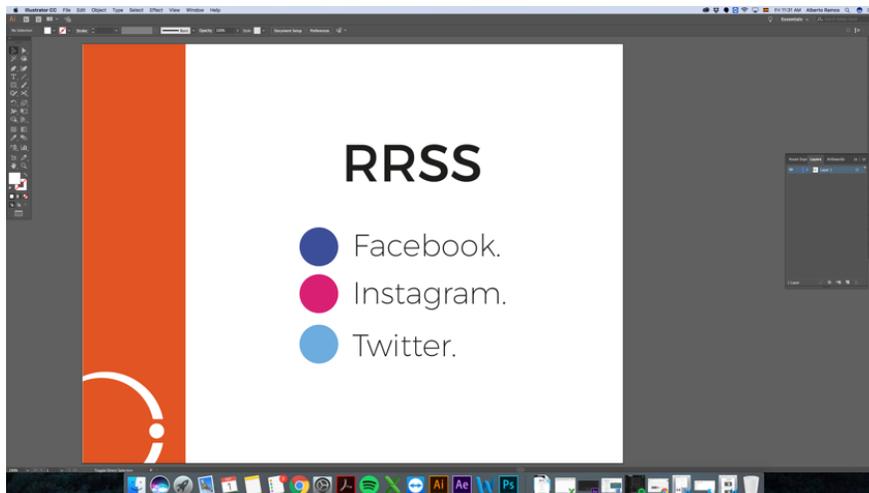
Fotografías obtenidas de la pagina web www.freepik.es y fuentes utilizadas de www.dafont.com

Digitalización

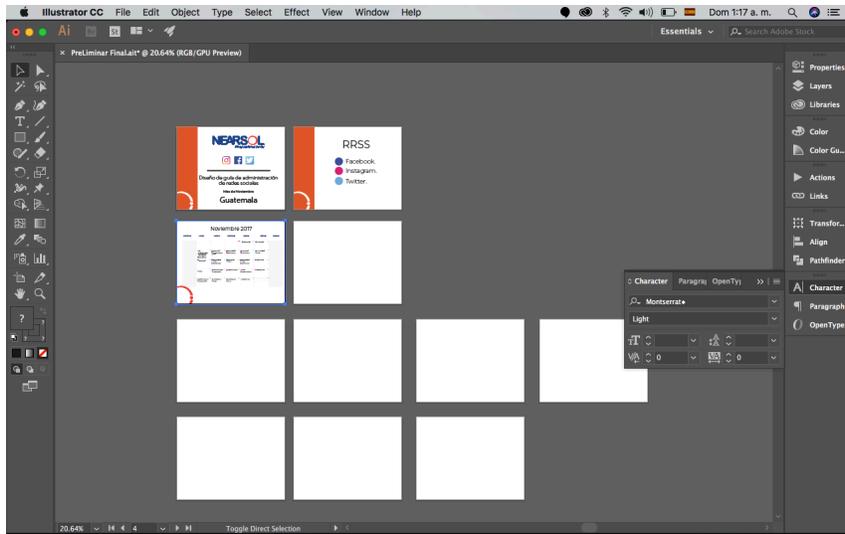
Portada



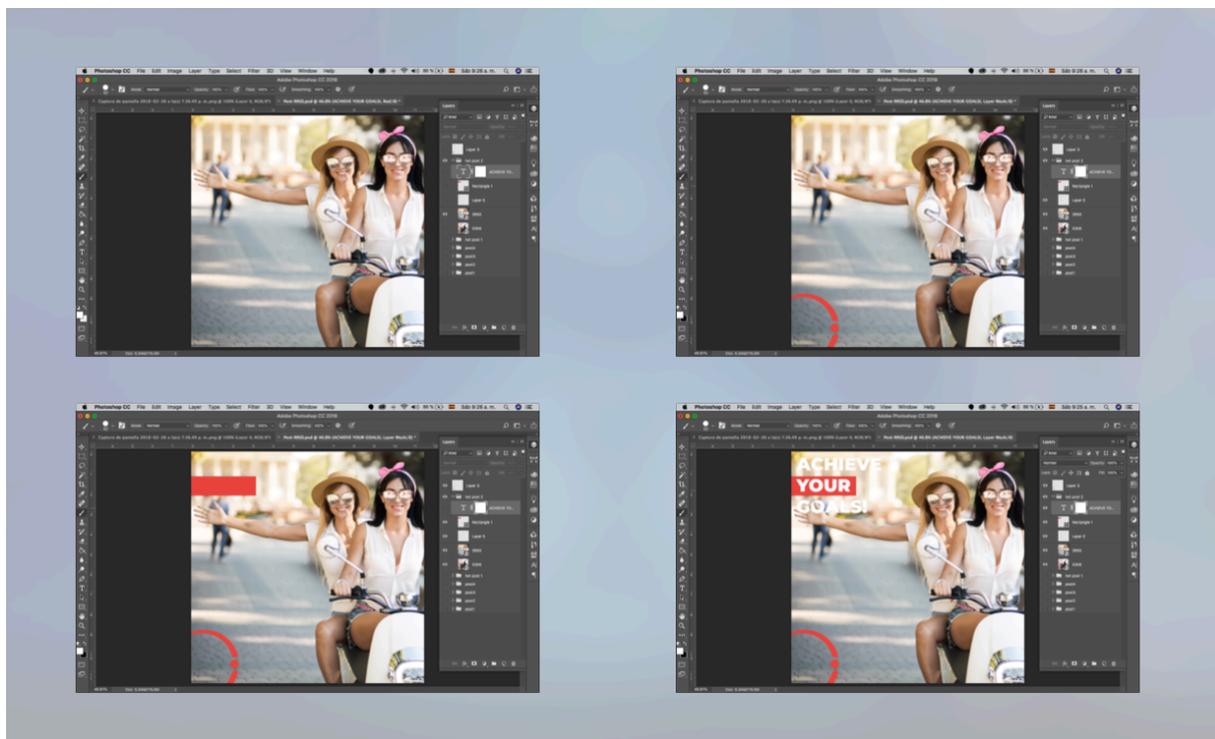
Se define un marco gráfico al crear una la identidad corporativa y coloca el icono del logotipo en la parte inferior derecha.



Se incluyen fuentes y colores corporativos de la empresa Nearsol.



Se definen orden de la presentación y el espacio del material gráfico a mostrar



Se crea a línea gráfica con elementos graficos como el icono el tipo de fuente y las fotografías utilizadas.

7.4 Propuesta preliminar:

Portada

Medida: 11 pulgadas de largo por 8.5 pulgadas de alto.

Portada

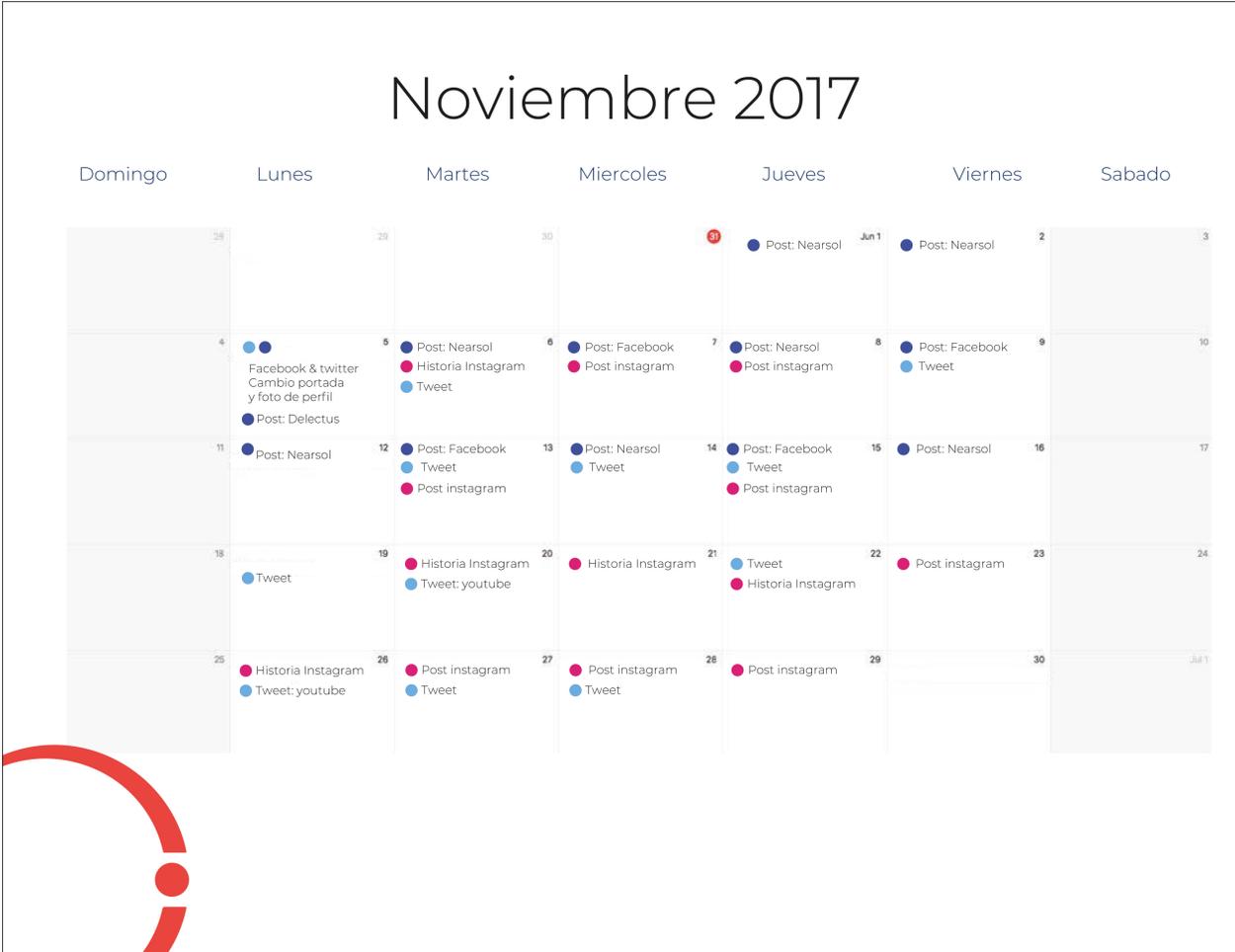


RRSS

- Facebook.
- Instagram.
- Twitter.

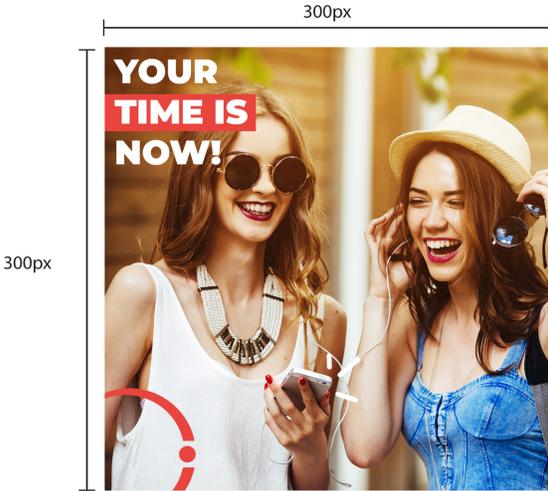


Hoja de Calendarización

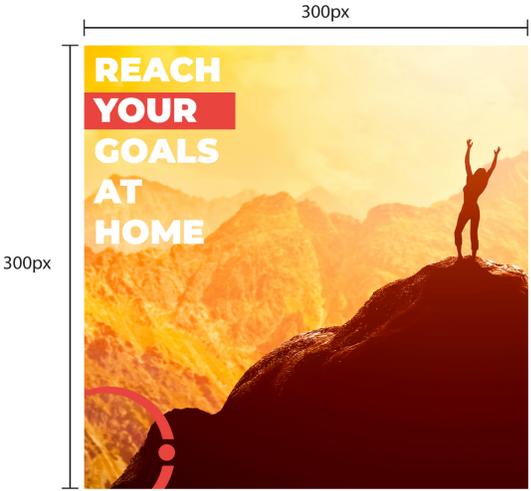


Hoja de Presentación de publicación en Facebook

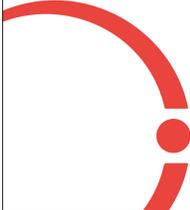
 Posts Facebook: Nearsol



Day: Noviembre 2
Bodytext: Your time is now! call us at 2504 2700 or send your resume to jobs@nearsol.gt
Time: Tuesday 3:30 pm



Day: Noviembre 5
Bodytext: Reach your goals at here. Call us at 0977-877-7515 or send your resume to jobs@nearsol.ph
Time: Sunday 5:30 pm



Hoja de división e indicadores de publicación en Twitter

 Posts Twitter : Nearsol

440px



440px

Day: Noviembre 6
Bodytext: Work in a awesome place
#GreatJob #ItFeelsLikeFamily #Nearsol #NearsolPh
Time: Monday 5:30 pm

38m ago

Excellent work environment. Come and join us [#ItFeelsLikeFamily](#)

👍 150 🔄 35 ⭐ 50 ⋮

38m ago

Awesome benefits and great salary for you! Visit us: www.nearsol.ph [#ItFeelsLikeFamily](#)

👍 150 🔄 35 ⭐ 50 ⋮

38m ago

We are more than a job we're a family :) [#NearsolPh](#) [#ItFeelsLikeFamily](#)

👍 150 🔄 35 ⭐ 50 ⋮

38m ago

Do You Listen to Music While Working? Follow us on Spotify: [Nearsolph](#) :)

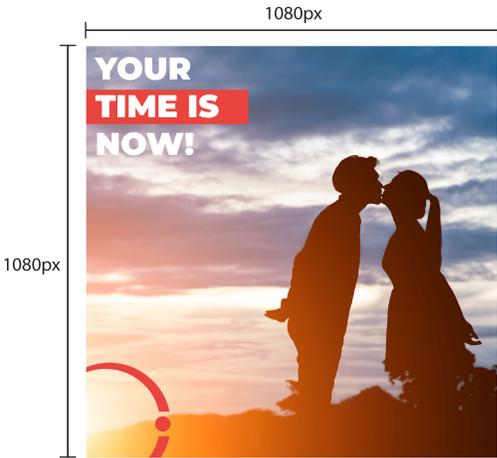
👍 150 🔄 35 ⭐ 50 ⋮

Hoja de división e indicadores de publicación en Instagram

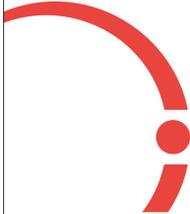
 Posts Instagram : Nearsol



Day: Noviembre 3
Bodytext: Come visit us and get hire.
Call us at 2504 2700 or send
your resumeto jobs@nearsol.gt
Time: Friday 5:30 pm



Day: Noviembre 6
Bodytext: Your time is now! Call us at 2504 2700
or send your resumeto jobs@nearsol.gt
Time: Monday 3:30 pm



Capítulo VIII

Capítulo VIII: Validación Técnica

8.1 Población y muestreo:

Para evaluar la propuesta gráfica es necesario validar el proyecto, es por ello que se toma en cuenta 3 grupos: el cliente, grupo objetivo y expertos en comunicación y diseño.

Cliente:

Persona que representa a una institución en la que ayuda a verificar datos importantes, Victor Rogel Chief Financial Officer de la empresa Nearsol.

Es la persona encargada de validar el proyecto por parte del cliente.

Expertos:

Los expertos son personas clave para el mejoramiento de la propuesta gráfica, pueden aportar ideas, conocimientos y opiniones en el diseño guía de administración de redes sociales.

- Experto, Lic David Castillo, Comunicador y Diseñador
- Experto, Lic Marlon Borrayo, Comunicador y Diseñador
- Experta, Licda Andrea Aguilar, Comunicadora y Diseñadora
- Experto, Lic César Martínez, Comunicador y Diseñador
- Experto, Lic José Manuel Monroy, Comunicador y Diseñador

Grupo Objetivo:

El grupo objetivo a validar es de 20 personas, quienes con los requerimientos del perfil de usuarios reales y potenciales de la empresa Nearsol

Genero: Hombres y Mujeres, Edad: 18 a 35 años, Ciclo de vida: Solteros, Casados, Casados con hijos, solteros con hijos, Total de personas que validan este proyecto: 30.

8.2 Método e instrumentos:

- Preguntas Dicotómicas: Son aquellas preguntas en las que el encuestado solamente debe responder con un sí o no.
- Preguntas de Selección Múltiple: Son preguntas que ofrecen opinión de tres o más respuestas, en donde el encuestado puede elegir varias de las respuestas deseadas.
- Parte Objetiva: Evalúa los objetivos del proyecto con preguntas dicotómicas.
- Parte Semiológica: Evalúa percepciones y los elementos del diseño, significado de los símbolos, diagramación y colores, entre otros.
- Parte Operativa: Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta gráfica.

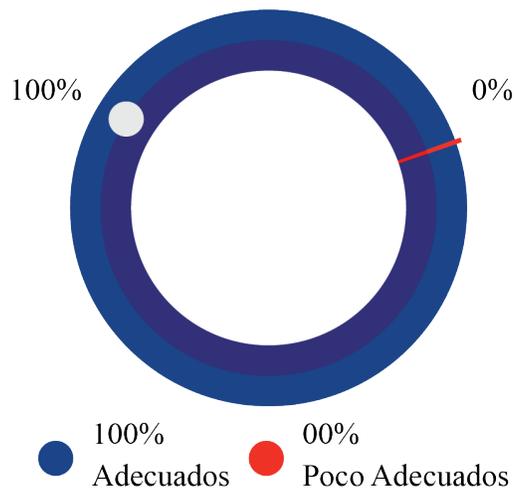
8.3 Resultados e interpretación de resultados:

Se presentan los resultados obtenidos en las encuestas realizadas al cliente, expertos y grupo objetivo, con el propósito de verificar los objetivos planteados en el proyecto, así como conocer los elementos de diseño y comunicación.

Parte Objetiva:

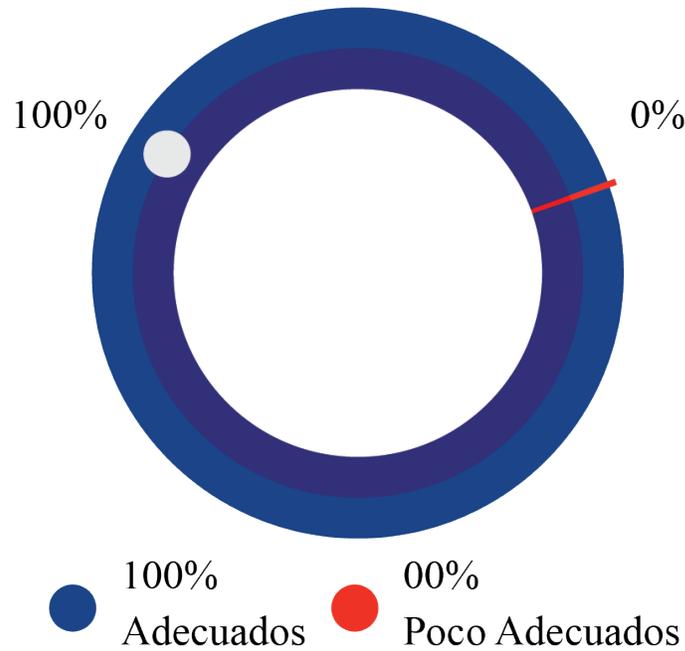
1.- ¿Considera necesario la creación de un diseño guía digital para la programación de redes sociales, en la capacitación del personal que forma parte del departamento de marketing en el área de social media?

Pregunta 1



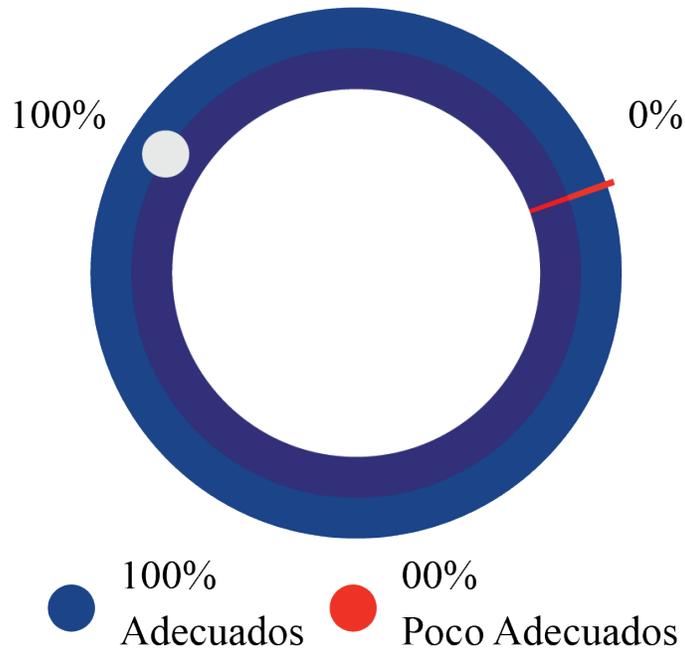
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es necesario diseñar una guía digital para la programación de redes sociales, por lo tanto se cumple con el primer objetivo general planteado en la presente investigación

2.- ¿Considera necesario investigar información relacionada a la elaboración de los diferentes tipos de guía digital para la programación de redes sociales?



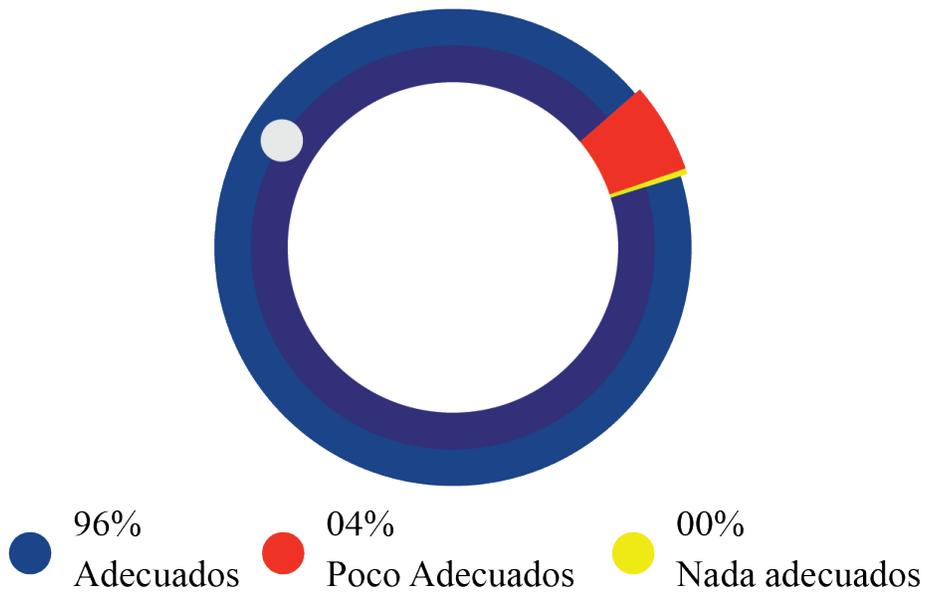
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es necesario la investigación de información relacionada a la elaboración de los diferentes tipos de guía digital para la programación de redes sociales. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos planteados en la presente investigación.

3.- ¿Considera necesario recopilar información acerca de la empresa Nearsol y sus servicios para la realización de una guía digital para la programación de redes sociales?



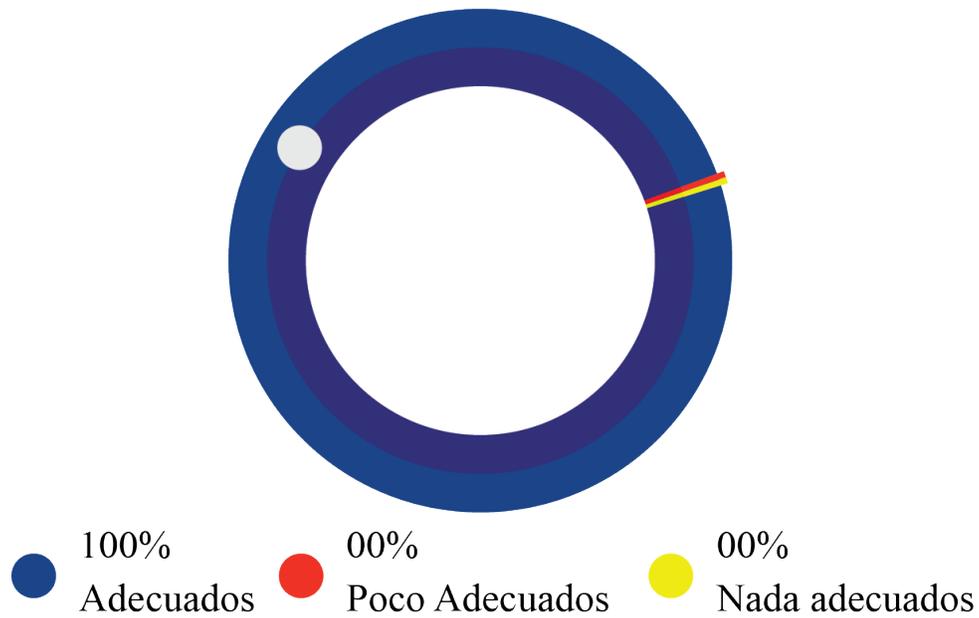
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es necesario la investigación de información acerca de la empresa Nearsol y sus servicios. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos planteados en la presente investigación.

4.- ¿Considera que el diseño guía digital para la programación de redes sociales, puede formar parte del material de capacitación, para el personal que forma el departamento de marketing en el área de social media?



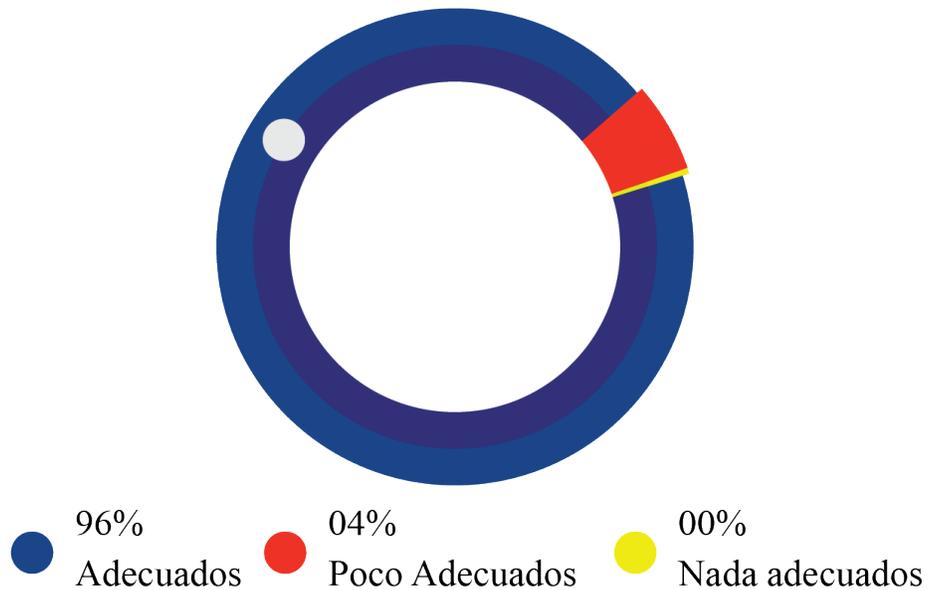
Interpretación: El 96% de los encuestados considera que el diseño guía digital para la programación de redes sociales, puede formar parte del material de capacitación, y 4% considera que no puede formar parte del material de capacitación. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos planteados en la presente investigación.

5.- ¿Según su opinión es correcta la diagramación para la realización de una guía digital de redes sociales, es importante?



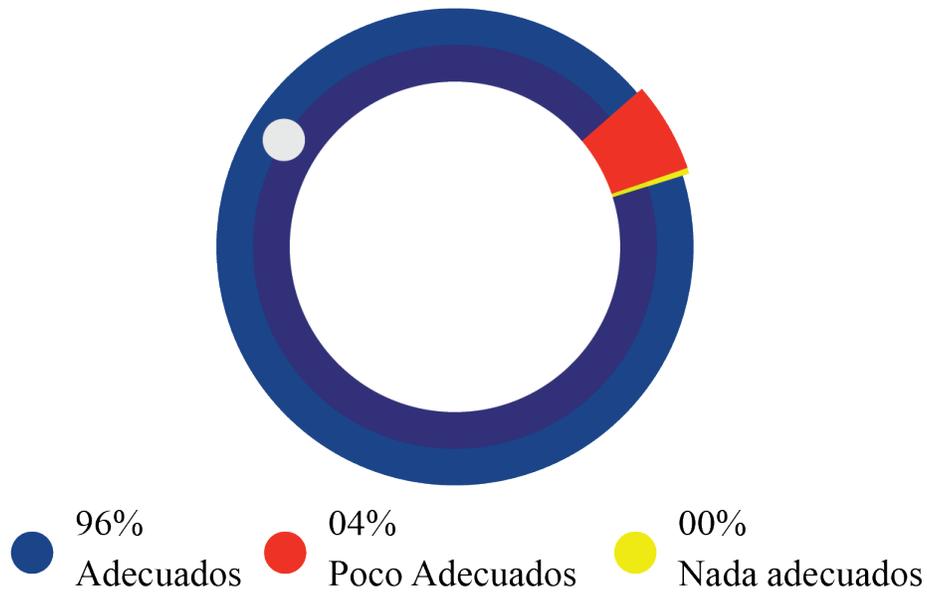
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es correcta la diagramación para la realización de una guía digital de redes sociales. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos planteados en la presente investigación.

6.- ¿Los elementos gráficos utilizados en esta guía digital son los apropiados para el entendimiento del personal del departamento de marketing en el área de social media?



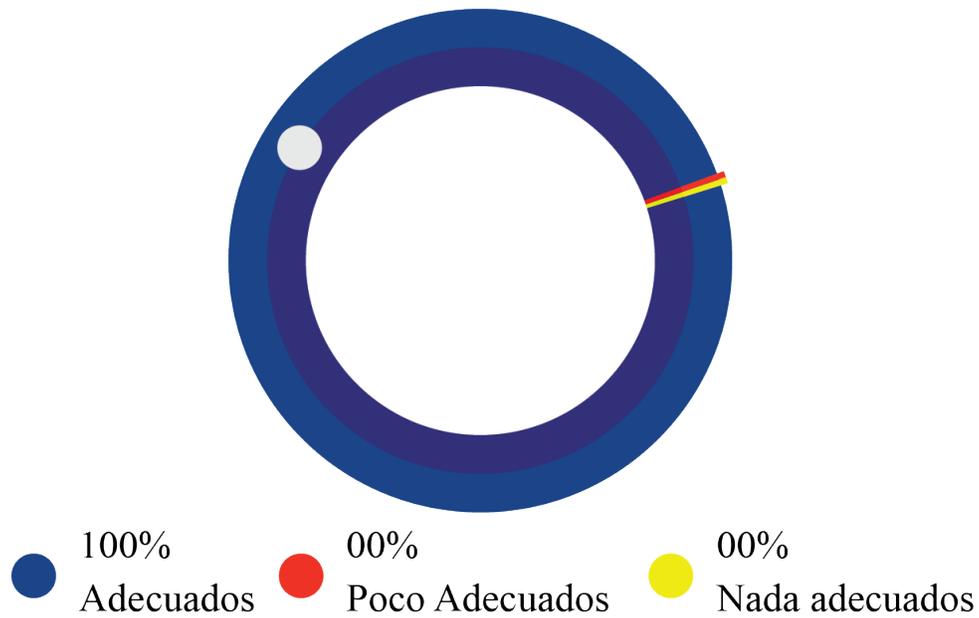
Interpretación: El 96% de los encuestados considera que los elementos gráficos utilizados en esta guía digital son los apropiados, y 4% no lo consideran. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos planteados en la presente investigación.

7.- ¿Según su criterio son apropiados los colores utilizados para la realización de esta guía son los correctos?



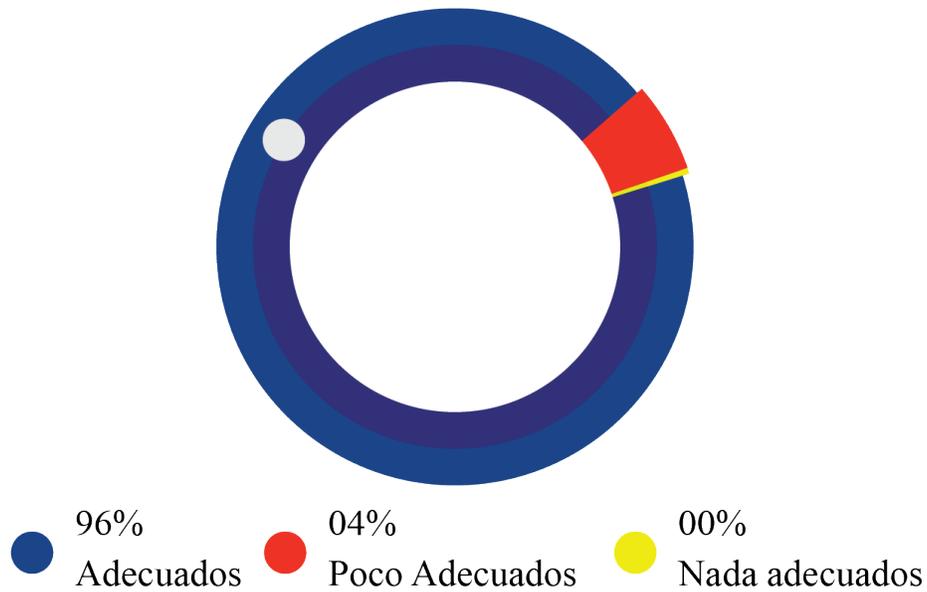
Interpretación: El 96% de los encuestados considera que los colores utilizados en esta guía digital son los apropiados, y 4% no lo consideran. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos planteados en la presente investigación.

8.- ¿Considera las imágenes colocadas en la guía digital para redes sociales, representativas para formar parte de una capacitación?



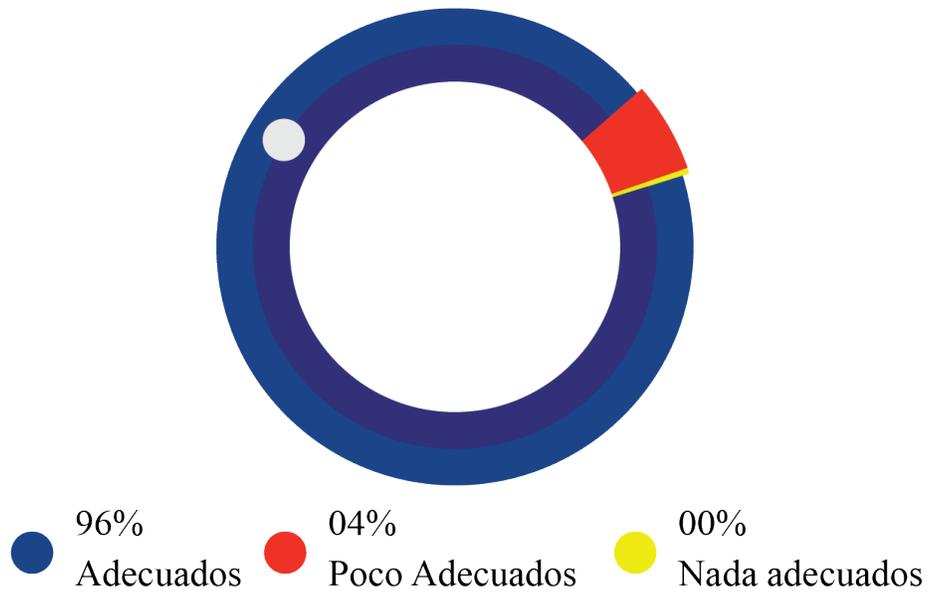
Interpretación: El 100% de los encuestados considera las imágenes colocadas representativas para formar parte de una capacitación. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos planteados en la presente investigación.

9.- ¿Según su opinión, el número de piezas gráficas realizadas para esta guía digital para redes sociales, es el adecuado?



Interpretación: El 96% de los encuestados considera adecuado el número de piezas gráficas realizadas para esta guía digital para redes sociales, y 4% no lo consideran. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos planteados en la presente investigación.

10.- ¿Según su opinión la tipografía utilizada en esta guía digital para redes sociales es legible y adecuada?



Interpretación: El 96% de los encuestados considera que la tipografía utilizada es legible, y 4% no lo consideran. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos planteados en la presente investigación.

Resultados de Validación:

Observaciones de expertos:

- Revisar Hashtag M/m
- Colocar el horario apropiada para c/u de las publicaciones
- Se valora mucho el equilibrio de género. Hay más mujeres en la guía. si no genera inconveniente para el mercadeo es bueno incluir más mujeres.

Observaciones de profesionales:

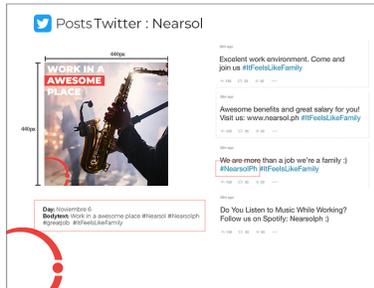
- Se valora mucho el equilibrio de genero. Hay más mujeres en la guía. si no genera inconveniente para el mercadeo es bueno incluir mas mujeres.

Observaciones del grupo objetivo:

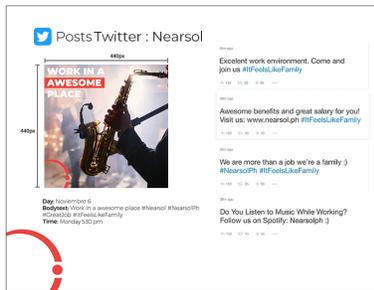
- La línea gráfica es fácil de entender. Limpia y directa, ¡buen trabajo!
- Me agrada el uso de las tipografías y los distintos tamaños y colores, le da dinamismo y llama la atención, en especial el de "focus on the good things". Muy buen Proyecto.

8.4 Cambios con base a los resultados:

En base a los resultados de las encuestas y las observaciones de expertos, clientes y grupo objetivo, se identificó la necesidad de realizar algunos cambios en la propuesta gráfica y se añadieron 2 páginas mas.



Antes



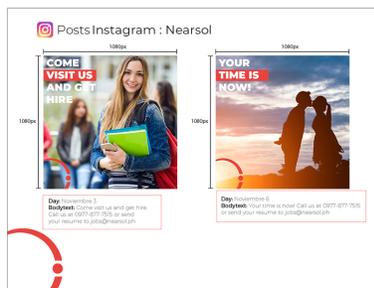
Después

Antes

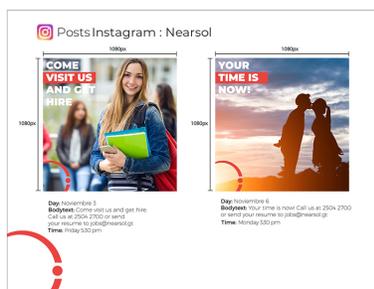
1. Carecía de horarios de publicación
2. No se definió es estándar en los hashtags

Después

1. Se estableció un horario de publicación
2. Se definió es estándar en los hashtags



Antes



Después

Antes

1. Carecía de horarios de publicación
2. No se definió es estándar en los hashtags

Después

1. Se estableció un horario de publicación
2. Se definió estándar en los hashtags

Justificación: En base a comentarios de expertos, se agregó la hora de la publicación y se estableció un formato para los hashtags

Paginas añadidas



Justificación: En base a comentarios de expertos y clientes se decide añadir una pagina de instrucciones de diseño y diagramación para la producción de este diseño de guía de administración de redes sociales, para unificar el diseño de las campañas a través de estos medios digitales.

Capítulo IX

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

De acuerdo a los resultados obtenidos en el proceso de validación realizado con el cliente, grupo objetivo y expertos en el área de diseño y comunicación, se realizaron los cambios, mejorando la efectividad del diseño guía de administración de redes sociales para la empresa Nearsol

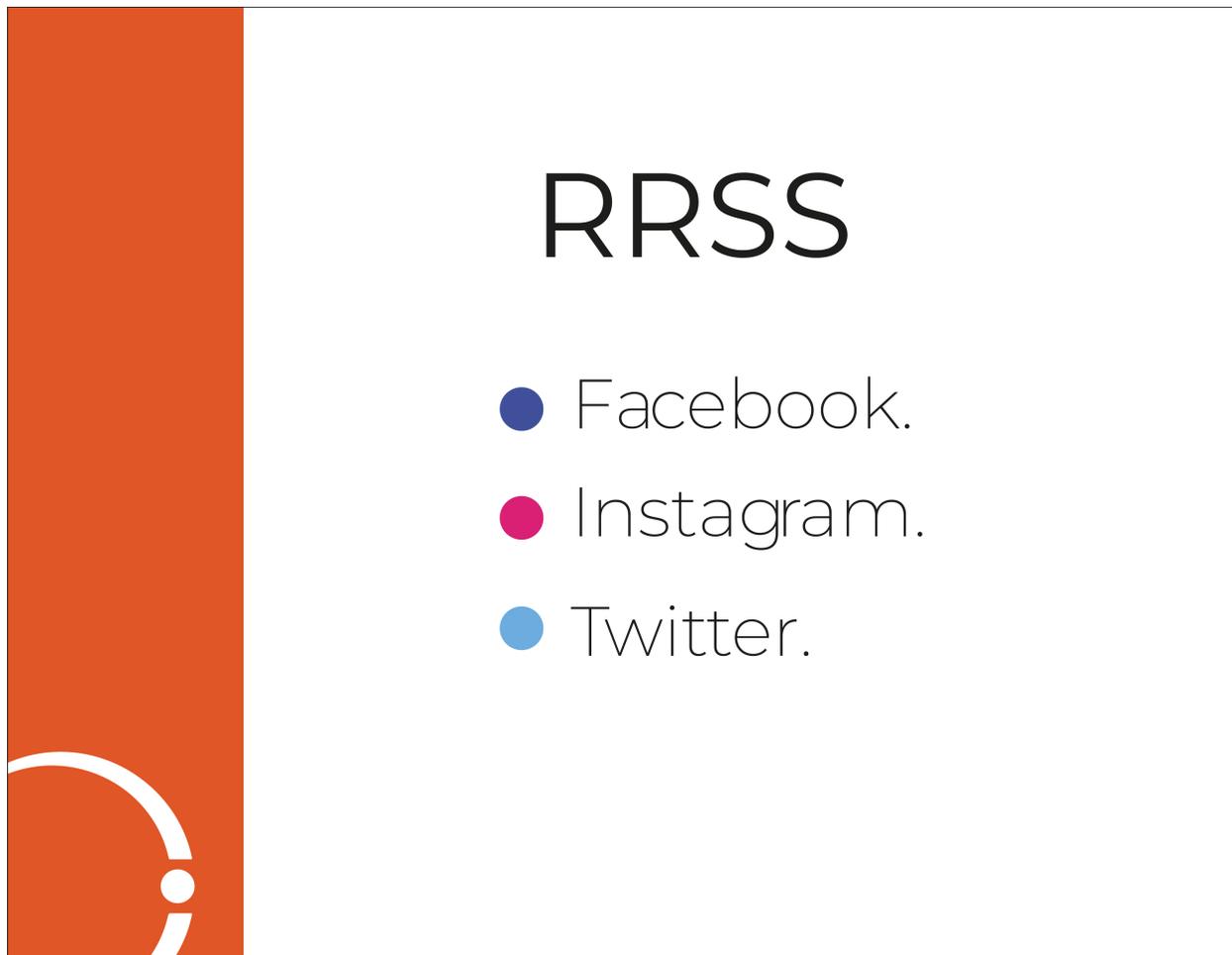
Portada

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho



Interiores: Indicador de medios

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho



Interiores: Calendarización y programación de post

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho



Interiores: Presentación de publicación en Facebook

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho

 Posts Facebook: Nearsol

<p>300px</p>  <p>300px</p>	<p>300px</p>  <p>300px</p>
<p>Day: Noviembre 2 Bodytext: Your time is now! call us at 2504 2700 or send your resume to jobs@nearsol.gt Time: Tuesday 3:30 pm</p>	<p>Day: Noviembre 5 Bodytext: Reach your goals at here. Call us at 0977-877-7515 or send your resume to jobs@nearsol.ph Time: Sunday 5:30 pm</p>

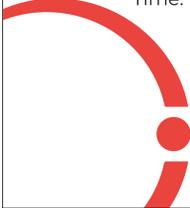


Interiores: Presentación de publicación en Facebook

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho

 Posts Facebook: Nearsol

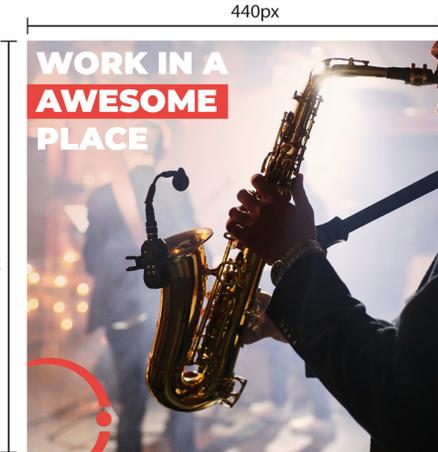
<p>300px</p>  <p>300px</p>	<p>300px</p>  <p>300px</p>
<p>Day: Noviembre 7 Bodytext: If you want it, work for it. Call us at 2504 2700 or send your resume to jobs@nearsol.gt Time: Tuesday 2:30 pm</p>	<p>Day: Noviembre 9 Bodytext: And the only way to do great work is to love what you do. Call us at 2504 2700 or send your resume to jobs@nearsol.gt Time: Thursday 3:30 pm</p>



Interiores: Presentación de publicación en Twitter

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho

Twitter Posts : Nearsol



440px

440px

Day: Noviembre 6
Bodytext: Work in a awesome place
#GreatJob #ItFeelsLikeFamily #Nearsol #NearsolPh
Time: Monday 5:30 pm

38m ago
Excelent work environment. Come and join us [#ItFeelsLikeFamily](#)
150 35 50

38m ago
Awesome benefits and great salary for you! Visit us: www.nearsol.ph [#ItFeelsLikeFamily](#)
150 35 50

38m ago
We are more than a job we're a family :) [#NearsolPh](#) [#ItFeelsLikeFamily](#)
150 35 50

38m ago
Do You Listen to Music While Working? Follow us on Spotify: Nearsolph :)
150 35 50

Interiores: Presentación de publicación en Twitter

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho

 Posts Twitter : Nearsol

440px



440px

Day: Noviembre 14
Bodytext: Achieve your goals! call us at 2504 2700 or send your resueto jobs@nearsol.gt #Nearsol
Time: Tuesday 5:30 pm

38m ago

A positive attitude can really make dreams come true. [#NearsolPh](#) [#ItFeelsLikeFamily](#)

150 35 50 ...

38m ago

Tips for good English: Sing along to English songs. [#NearsolPh](#) [#ItFeelsLikeFamily](#)

150 35 50 ...

38m ago

Tips for good English: record yourself speaking then listen back to see how your English sounds. [#NearsolPh](#) [#ItFeelsLikeFamily](#)

150 35 50 ...

38m ago

Tips for good English: Take a cooking course in English or join a book club! [.#NearsolPh](#) [#ItFeelsLikeFamily](#)

150 35 50 ...

38m ago

Tips for good English: Try some tongue twisters. [#NearsolPh](#) [#ItFeelsLikeFamily](#)

150 35 50 ...

Interiores: Presentación de publicación en Instagram

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho

 Posts Instagram : Nearsol

1080px



1080px

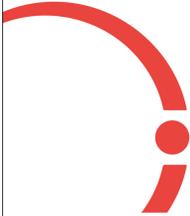
Day: Noviembre 3
Bodytext: Come visit us and get hire.
Call us at 2504 2700 or send your resumeto jobs@nearsol.gt
Time: Friday 5:30 pm

1080px



1080px

Day: Noviembre 6
Bodytext: Your time is now! Call us at 2504 2700 or send your resumeto jobs@nearsol.gt
Time: Monday 3:30 pm



Interiores: Presentación de publicación en Instagram

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho

 Posts Instagram : Nearsol

1080px



1080px

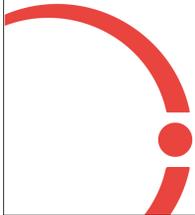
Day: Noviembre 16
Bodytext: Get to the top of success Call us at 2504 2700 or send your resume to jobs@nearsol.gt
Time: Tuesday 3:30 pm

1080px



1080px

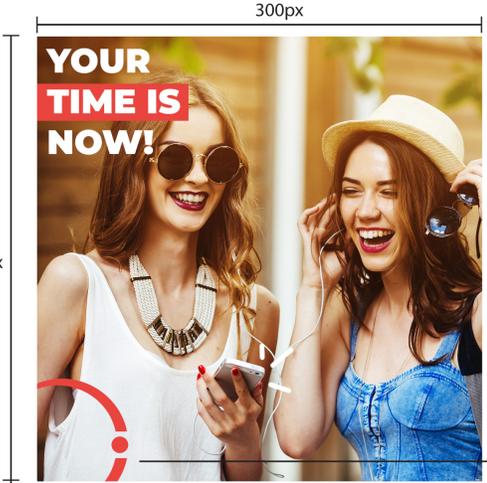
Day: Noviembre 19
Bodytext: You have the skills!. Call us at 2504 2700 or send your resumeto jobs@nearsol.gt
Time: Sunday 6:30 pm



Interiores: Indicador de publicación en gráfica

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho

Producción de Posts Instrucciones de reproducción



- Medidas estandar por plataforma
- Imagenes juveniles contemporáneas que llamen la atención de jóvenes
- Font institucional Montserrat
- Fragmento de icono en la posición institucional

Contra Portada:

Medida: 792 px de alto por 612 px de ancho

NEARSOL

Diseño de guía de administración de publicaciones
en redes sociales para los usuarios que busca de empleo
en la empresa Nearsol Guatemala, Guatemala 2018

Capítulo X

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

En cada plan de costos se estima las horas de trabajo realizadas en cada uno de los procesos de diseño. El valor de hora trabajada es de Q65.00 por hora.

10.1 Plan de costos de elaboración:

Conceptualización	3 hrs	Q195.00
Técnica Creativa	4 hrs	Q260.00
Bocetaje	9 hrs	Q585.00
Propuesta preliminar	10 hrs	Q650.00
	Total	Q1,690.00

10.2 Plan de costos de producción:

El valor de hora trabajada es de Q65.00 por hora.

Proceso de Validación	13 hrs	Q845.00
Propuesta gráfica final	4 hrs	Q260.00
	Total	Q1,105.00

10.3 Plan de costos de reproducción:

Según la cotización de la empresa “A-Printear”, el costo de reproducción digital de la guía de administración de redes sociales es de Q1,690.00

Reproducción de 2 Guías de Administración de RRSS	Q3,380.00
Total	Q3,380.00

10.4 Plan de Costos de Distribución:

La distribución de la guía será digital, por lo que se distribuirá gratuitamente a los diseñadores en el área de marketing de la empresa Nearsol, no implica costo de distribución ni de entrega.

10.5 Margen de utilidad:

Total (35%)	Q2,851.50
--------------------	------------------

10.6 Cuadro con resumen general de costos:

Plan de costos de elaboración	Q1,690.00
Plan de costos de producción	Q1,105.00
Plan de costo de reproducción	Q3,380.00
Plan costo de distribución	Q0
Subtotal	Q6,174.75
Margen de utilidad(35%)	Q2,161.25
IVA (12%)	Q741.00
Total	Q9,077.00

Capítulo XI

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

11.1.1 Se diseñó guía de administración de redes sociales para obtener mejor resultados a reclutamiento a través de las redes sociales seleccionadas y potenciar los servicios de la empresa Nearsol.

11.1.2 Se investigó la información relacionada a la elaboración de los diferentes tipos de diseño de guía de administración de redes sociales que sustenta el desarrollo de este Proyecto.

11.1.3 Se recopiló información acerca de la empresa Nearsol y sus servicios que ofrece, lo que permitió establecer el contenido de la guía de administración de redes sociales .

11.1.4 Se diagramaron los diferentes elementos gráficos mediante criterios de jerarquización por ello se facilita la lectura de la información al grupo objetivo.

11.1.5 Se incluyeron fotografías que representan las diferentes acciones de nuestro publico objetivo, lo que ayuda a dar un sentido de pertenencia y cumplir con el objetivo a comprender de forma correcta la información.

11.2 Recomendaciones

11.2.1 Colocar la guía de administración de redes sociales como material de capacitación para el nuevo personal y el personal actual y pueda ser una herramienta de consulta para el seguimiento de una linea grafica.

11.2.2 Implementar a medio plazo otra guía de administración de redes sociales actualizando los elementos graficos y manteniendo la guia a un nivel actual de metodos y aplicaciones, para que el grupo objetivo conozca los datos más recientes del hospital.

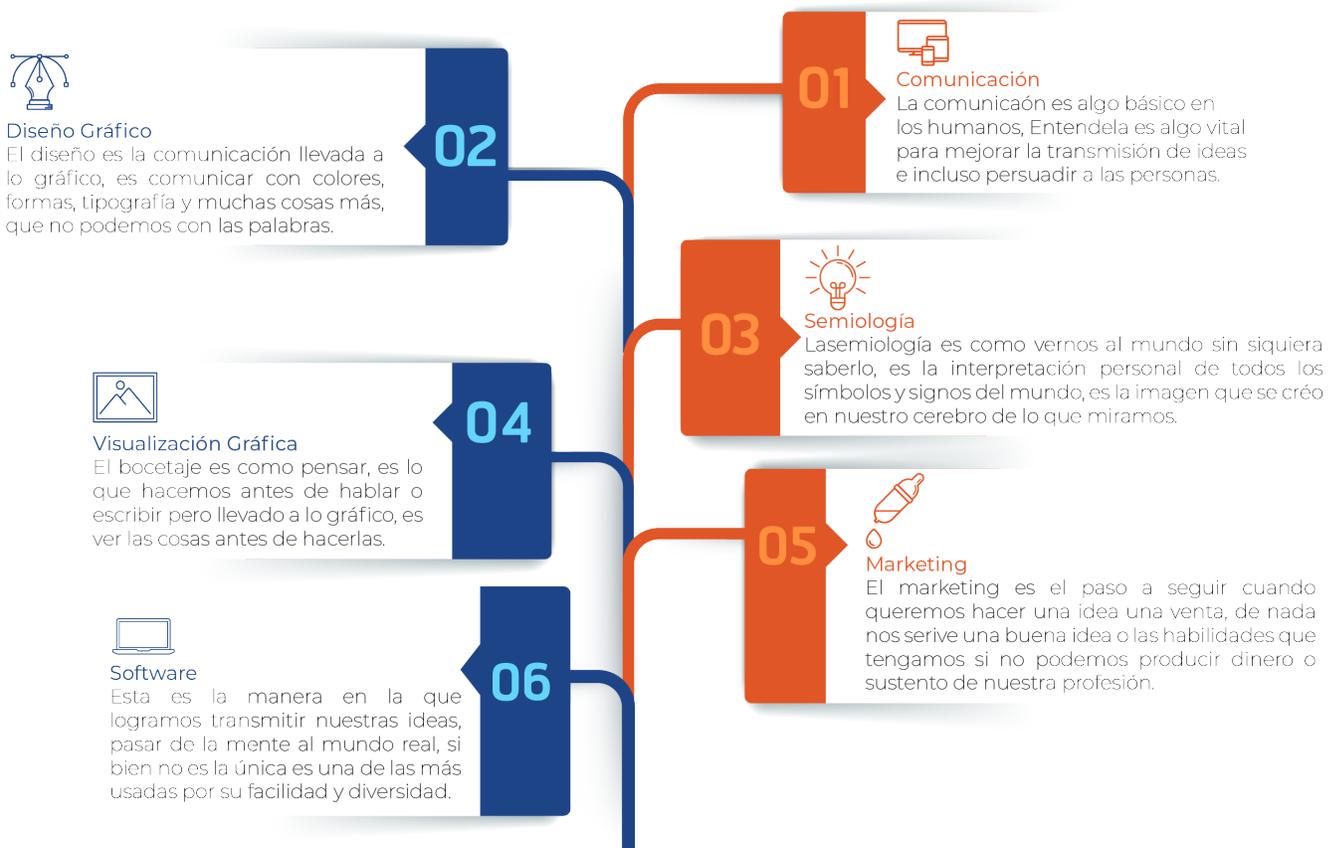
11.2.3 Respetar los elementos gráficos de la guía de administración de redes sociales al momento de añadir, cambiar o actualizar la información para mantener unificada la línea gráfica.

11.2.4 Al momento de añadir más información a la guía de administración de redes sociales, se aconseja incluir fotografías para trasladar de forma clara el mensaje a el público objetivo.

Capítulo XII

Capítulo XII: Conocimiento general

12.2 Demostración de conocimientos:



Capítulo XIII

Capítulo XIII: Referencias

13.1 Bibliografía

A continuación se presenta en orden alfabético de las fuentes consultadas en la cual se fundamenta en el marco teórico de comunicación y diseño.

A.

(Amorós, 2007) - funciones de la comunicación

Comportamiento Organizacional - Eduardo Amorós

(Aamodt, 2003) - Psicología industrial

Psicología industrial/Organizacional - Michael G. Aamodt Editorial Wadsworth Cenase Learning.

C.

(Citibank, 2007) - Desarrollo de negocios

Desarrollo de un modelo de negocios para el éxito - Citigroup 2006

(Nisla V. Guardoa de Viggiano, 2014) - Comunicación

Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana Editorial CECC/SICA

B.

(Bienes, 1997) - bienes inmuebles

Bienes constitucionalización del derecho civil

Editorial Universidad del Externado de Colombia

E.

(Erosa, 2012) - Arquitectura

Eduardo de la rosa erosa

Introducción a la teoría de la arquitectura Editorial Red Tercer Milenio

F.

(FADIP, 2003) - Ilustración

Nuevo libro blanco de la ilustración Gráfica en España

Editorial Observatorio de la ilustración gráfica

G.

(Gordon, 2010) - Reclutamiento

IGlobal labour recruitment in a supply chain context

International Labour Organizatio Editorial First Published

J.

(Jordi Alberrich, 2002) - Diseño editorial

Conceptos básicos de diseño gráfico Editorial UOC Universidad Oberta de Catalunya

R.

(Recursos, 2007) - elementos de comunicación

Estrategias de comunicación y educación para el desarrollo sostenible Editorial UNESCO

S.

(salud.com.net, 2004) - Centro de llamadas

Editorial Mc Grew Hill

(Samara, 2008) - Elementos conceptuales

Los elementos del diseño Editorial Gustavo Gili

T.

(Tirado, 2013) - Mercadeo

Diego Monferrer Tirado - Fundamentos de Marketing

Editorial University Jaume

V.

(Viggiano, 1992) - Propósito de la comunicación

Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana Editorial CECC/SICA

Capítulo XIV

Capítulo XIV: Anexos

En el presente capítulo se presentan la siguiente información sobre la validación del proyecto.

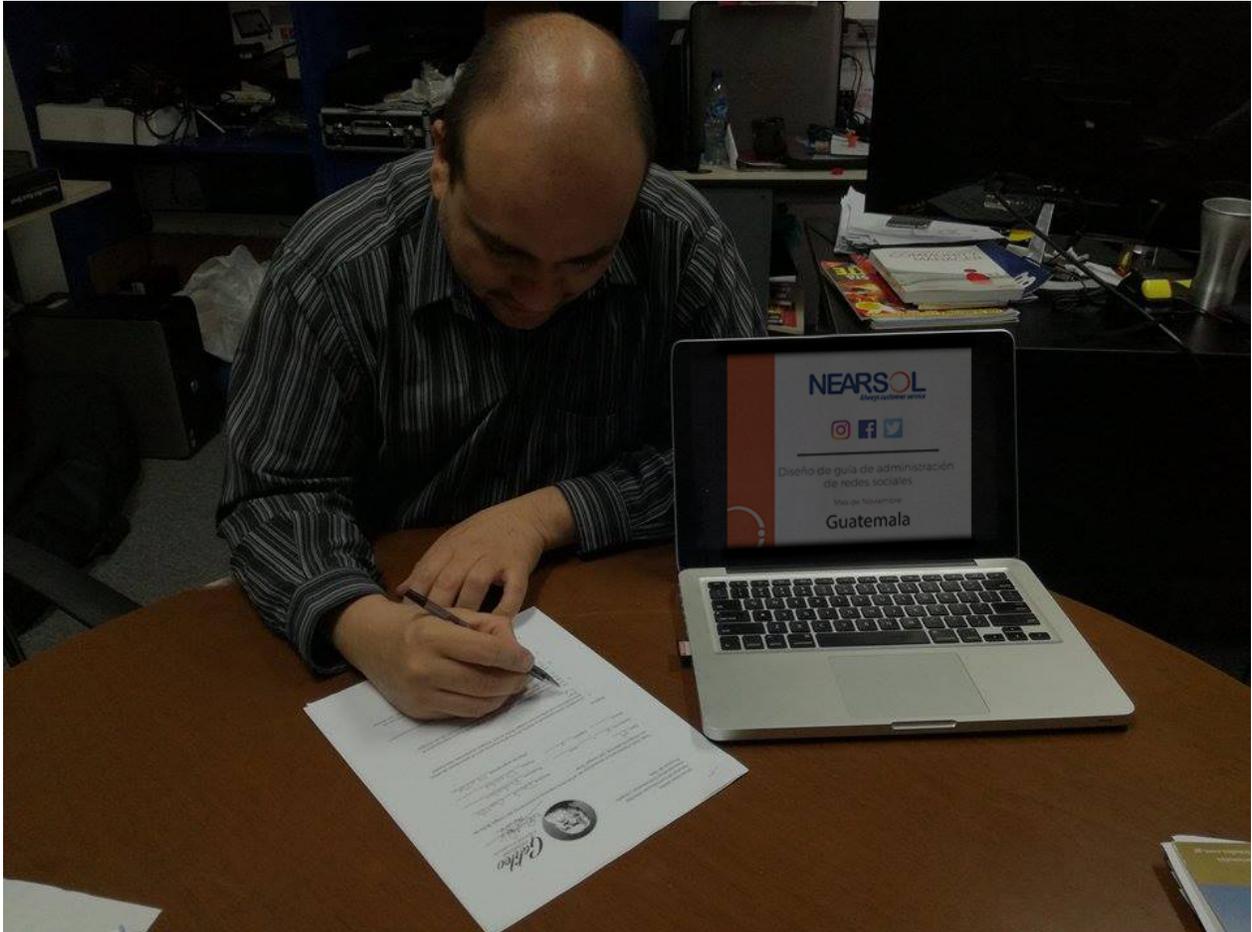
14.1 Proceso de validación con el cliente



Lic. Víctor Rogel - Director

Al momento de evaluar la propuesta final.

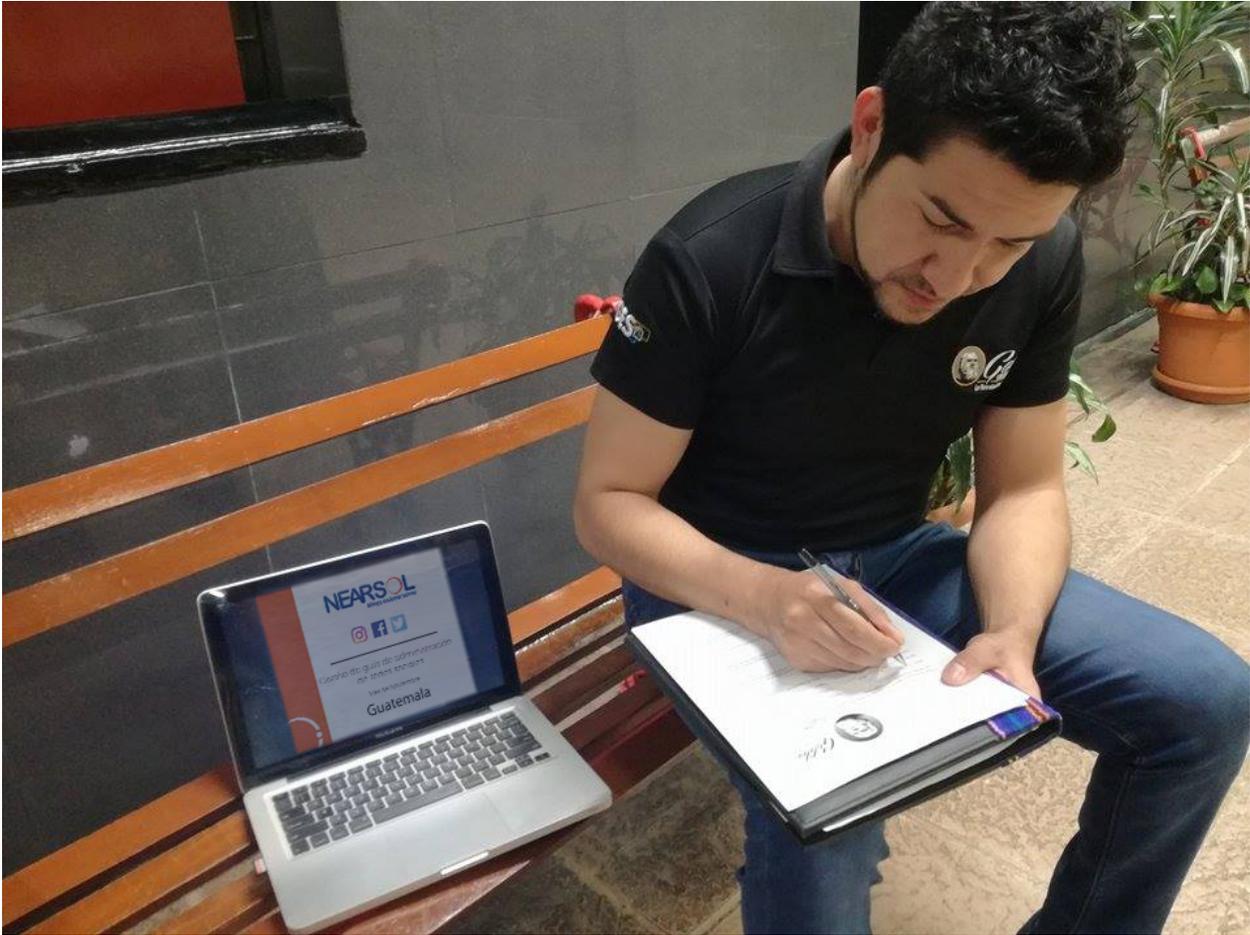
14.2 Proceso de validación con expertos



- Experto, Lic. David Castillo, Comunicador y Diseñador



- Experto, Lic. Marlon Borraro, Comunicador y Diseñador



- Experto, Lic. César Martínez, Comunicador y Diseñador



- Experto, Lic. José Manuel Monroy, Comunicador y Diseñador

Anexo 3

www.bocetosgt.com



Guatemala, 17 de marzo de 2017

Sres.
Alberto Ramos | Alejandra Arriaga
NEARSOL
Tel. 2504-2700 Ext.4079 Móvil: 4769-1344
alberto.ramos@nearsol.gt marketing@nearsol.gt
PTE

COTIZACIÓN No.
2017-1327-001

Estimados Sres. NEARSOL

Es de nuestro agrado presentarle el siguiente presupuesto y someterlo a su consideración:
PROYECTO A REALIZAR: **PAQUETE MENSUAL DE DISEÑO | REDES SOCIALES**

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

ASESORÍA PROFESIONAL, SERVICIO DE CREATIVIDAD Y DISEÑO

PAQUETE MENSUAL DE IMÁGENES PARA REDES SOCIALES

REUNIÓN MENSUAL PARA DEFINIR ESTRATEGIA

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

CONTENIDO DE VALOR

CONTENIDO PROMOCIONAL

CONTENIDO EDUCATIVO

CONTENIDO CREATIVO

NO NCLUYE ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES

NO INCLUYE FOTOGRAFÍAS | solamente de bancos gratuitos de imágenes libre de derechos

LA ESTRATEGIA SE DESARROLLA CON DOS MESES DE ANTICIPACIÓN

PAQUETE 1 28 IMÁGENES + 4 portadas + 2 perfil	Q. 2,100.00
PAQUETE 2 56 IMÁGENES + 4 portadas + 2 perfil	Q. 3,150.00

TIEMPO DE ENTREGA: A CONVENIR CON EL CLIENTE

FORMA DE PAGO: 70% ANTICIPO | 30% CONTRA ENTREGA

Saludos cordiales, atentamente

Licda. DG Marycruz Ramírez
DIRECTORA CREATIVA
Móvil 5401-8694

Precios incluyen IVA. Cotización válida durante 30 días. Emitir cheque a nombre BOCETOS.

CONDICIONES: El servicio de diseño incluye hasta 3 SESIONES DE CAMBIOS. Los cambios adicionales implican un costo extra, el cual es cancelado antes entregar artes finales. Se da por ACTIVADO un proyecto, cuando el cliente cancela el anticipo y proporciona la información completa para su desarrollo. Si el proyecto queda DETENIDO por parte del cliente, por más de 30 DÍAS, sin previo aviso, será DESACTIVADO. La REACTIVACIÓN del proyecto implica una RE COTIZACIÓN con cargos adicionales. Al autorizar esta cotización, el cliente acepta estas condiciones.

bocetos
imagen • diseño • creatividad

Ruta 2, 3-63 zona 4. Edificio Campus Tecnológico TEC, Oficina 104

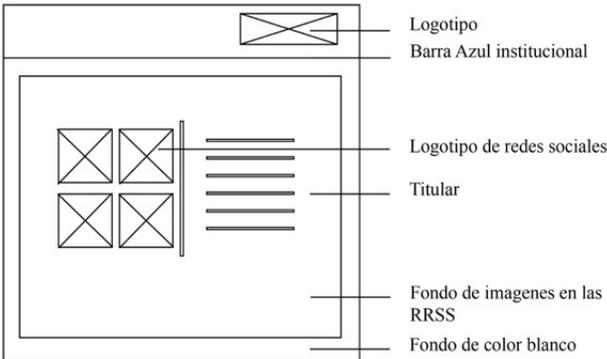
tels 2362-0777 5099-9988 mail bocetosgt@yahoo.com

Anexo 4

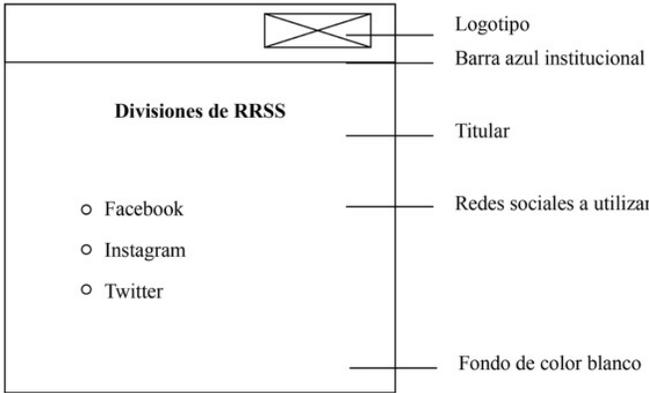
Propuesta 2

Boceto

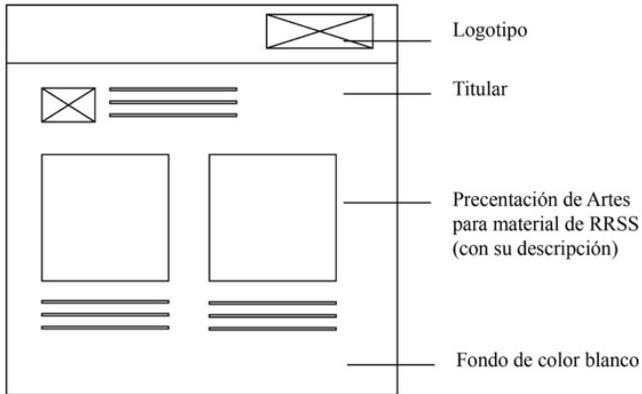
Portada



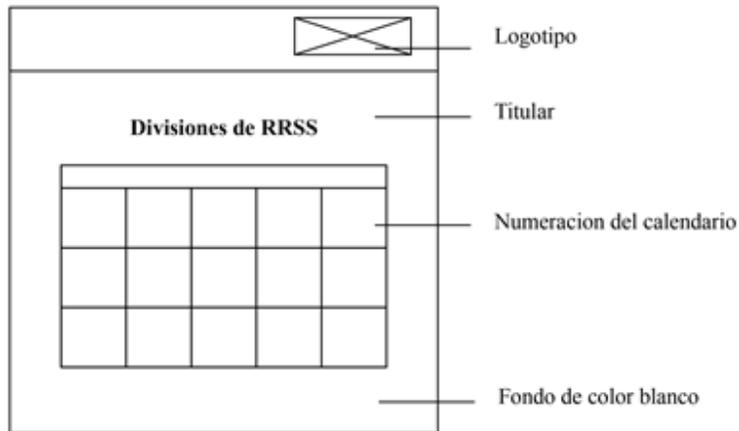
Inicio de guía



Calendarización de Guía



Calendarización de Guía



Anexo 5



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

(FACOM)

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

PROYECTO TESIS

Género: F M Experto: Cliente: Grupo: Nombre: Profesión: Objetivo: Años de experiencia en el mercado:

Encuesta de validación de proyecto

**CREACIÓN DE DISEÑO DE GUÍA DE ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES
PARA LOS USUARIOS JÓVENES EN BUSCA DE EMPLEO PARA LA EMPRESA
NEARSOL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018**

En la empresa Nearsol no se cuenta con buenos resultado en redes sociales a pesar que se realizar una inversión por cada post realizado ni se tiene una estadística de los resultados cuantificables de las mismas, por esta razón se requiere una guía para poder saber qué horas y días son mejores y tendrá mayor alcance y resultados la publicación, también es necesario realizar una calendarización de cada post para tener un control de las publicaciones realizadas con el fin de

poder crear estadísticas que muestren el rendimiento de la red social y los resultados que pueden ofrecer.

La empresa Nearsol no cuenta con una social media que representa de una buena forma su línea gráfica y su grupo objetivo, se carece de una guía mensual de contenido, presupuesto, línea gráfica y horarios para realizar las publicaciones en redes sociales.

Instrucciones:

Con base a la información anterior, observe los materiales y según su criterio profesional conteste las siguientes preguntas de evaluación:

Parte Objetiva.

1. - ¿Considera necesario la creación del diseño de la guía digital para la programación de redes sociales, para la capacitación del personal que forma parte del departamento de marketing en el área de social media?

SI NO

2. - ¿Considera necesario investigar información relacionada a la elaboración de los diferentes tipos de guía digital para la programación de redes sociales?

SI NO

3.- ¿Considera necesario recopilar información acerca de la empresa Nearsol y sus servicios para la realización de una guía digital para la programación de redes sociales?

SI NO

Parte Semiológica.

4. - ¿Considera que el diseño guía digital para la programación de redes sociales, puede formar parte del material de capacitación, para el personal que forma el departamento de marketing en el área de social media?

Adecuados

Poco Adecuados

Nada Adecuados

5. - ¿Según su opinión es correcta la diagramación para la realización de una guía digital de redes sociales, es importante?

Adecuados

Poco Adecuados

Nada Adecuados

6. - ¿Los elementos gráficos utilizados en esta guía digital son los apropiados para el entendimiento del personal del departamento de marketing en el área de social media?

Adecuados

Poco Adecuados

Nada Adecuados

Parte Operativa.

7. - ¿Según su criterio son apropiados los colores utilizados para la realización de esta guía son los correctos?

Adecuados

Poco Adecuados

Nada Adecuados

8.-¿Considera las imágenes colocadas en la guía digital para redes sociales, representativas para formar parte de una capacitación?

Adecuados

Poco Adecuados

Nada Adecuados

9. - ¿Según su opinión, el número de piezas gráficas realizadas para esta guía digital para redes

sociales, es el adecuado?

Adecuados

Poco Adecuados

Nada Adecuados

10. - ¿Según su opinión la tipografía utilizada en esta guía digital para redes sociales es legible y adecuada?

Adecuados

Poco Adecuados

Nada Adecuados

De antemano se le agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Observaciones: _____

Gracias por contribuir al proyecto de tesis: **“CREACIÓN DE DISEÑO DE GUÍA DE ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES PARA A LOS USUARIOS JÓVENES EN BUSCA DE EMPLEO PARA LA EMPRESA NEARSOL. GUATEMALA, GUATEMALA 2018 ”** su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyectos.

Vista bueno asesora