

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA



**“IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS, LINEAS GRÁFICAS Y
CONTENIDOS PARA CADA ÁREA DE ACTIVIDADES COMERCIALES QUE
GBK GROUP PROVEE PARA GESTIÓN DE SUS REDES SOCIALES”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:
JOSSELYN FABIOLA VILLAVICENCIO CAMEY
201408100

Previo a optar el título de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, octubre de 2019

Consejo Directivo

Director:

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

Representantes Docentes:

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trijillo

Representantes Estudiantiles:

Gabriela Eugenia Menegazzo

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representantes de Egresados:

M.A. Jhony Michael González Batres

Secretaria:

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Coordinador de EPS Licenciatura:

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisores de EPS Licenciatura:

M.A. Evelin Lisseth Hernández Mazariegos

Lic. Josue Othoniel Andrade de la Cruz

Licda. Krista María Ramírez Nájera

M.A. Luis Pedroza
Coordinador
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Maestro Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista "**JOSELYN FABIOLA VILLAVICENCIO CAMEY**" con número de carné: "**201408100**" de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en "**DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN**" cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del **13 de 05** al **19 de 07** del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: "**IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS, LÍNEAS GRÁFICAS Y CONTENIDOS PARA CADA ÁREA DE ACTIVIDADES COMERCIALES QUE GBK SERVICIOS Y PRODUCCIONES S.A. PROVEE PARA GESTIÓN DE SUS REDES SOCIALES**" entregando el material respectivo y debidamente recibido por: "**GBK SERVICIOS Y PRODUCCIONES S.A.**"

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del (la) epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente,

(f) 
Lic. Roberto González **SERVICIOS Y PRODUCCIONES, S. A.**
Director Comercial

(502) 2313 - 0936 y 37

12 calle 1-25 zona 10. Edificio Géminis 10, Torre Sur, Nivel 13, Oficina 1310.

servicio@gbk.company

www.gbk.company



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 11 de octubre de 2019

Estudiante
Josselyn Fabiola Villavicencio Camey
Carné: 201408100
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el informe final de su proyecto de EPS de Licenciatura con título: **"IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS, LINEAS GRÁFICAS Y CONTENIDOS PARA CADA ÁREA DE ACTIVIDADES COMERCIALES QUE GBK GROUP PROVEE PARA GESTIÓN DE SUS REDES SOCIALES"**. El citado trabajo llena los requisitos del rigor del presente programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del informe final del EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Licda. Krista Ramirez
Supervisor EPS de Licenciatura



Vo. Bó. M.A Luis Pedfoza
Coordinador EPS de Licenciatura

Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad

www.comunicacion.usac.edu.gt

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12. Teléfono: (502) 2418-8920 Telefax: (502) 2418-8910

Se adjunta hoja de evaluación

Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

A DIOS:

Porque me ha dado fuerzas y bendiciones en cada decisión que he tomado a lo largo de la vida.

A MIS PADRES:

Manuel Villavicencio y Silvia Camey, porque han creído en mí y me han apoyado incondicionalmente, además de aconsejarme día con día.

A MIS HERMANOS:

Yessenia, Manuel, Ervin, porque nos apoyamos en momentos difíciles y celebramos juntos nuestros mejores momentos de la vida.

A MIS AMIGOS:

Marielos Castro, Massielle Yutaka, Jairon Quiñonez, Camila Méndez, Erick Aquino, Angela García, Jhonatan Medina, Patricia Martínez, Gustavo Véliz, Alex Gudiel, Boris Gálvez, Andrea Orellana, Alejandra Martinez, por escucharme, animarme y apoyarme, sus palabras de aliento han sido muy importantes para finalizar esta etapa de mi vida.

A MIS COMPAÑEROS:

Cada uno de los que ha compartido una clase conmigo, todos con sueños diferentes, pero con la perseverancia para alcanzar cada uno de nuestros objetivos.

DEDICATORIA ESPECIAL:

José Carlos Posadas+, a ti que estás en el cielo, pero que tengo en un pedazo de mi corazón. Gracias por ser ejemplo de vida, porque a pesar de las dificultades sabías que una sonrisa no podía faltar y que la valentía es la clave del éxito.

AGRADECIMIENTOS

A la **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA** por darme la oportunidad de ser una profesional.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** porque cada etapa dentro de la escuela me dio el conocimiento para finalizar mi carrera.

A **LIC. LUIS PREDROZA** por creer en todos los epesistas, motivarnos y apoyarnos.

A **M.Sc. SERGIO MORATAYA** por el apoyo que ha brindado a este tipo de proyectos en la ECC.

A **LICDA. KRISTA RAMÍREZ** por su asesoría, consejos, inquietudes, durante el desarrollo de este proyecto.

A **LIC. JOSUE ANDRADE** por su asesoría y apoyo.

A **LIC. ROBERTO GONZÁLEZ** por abrirme las puertas para realizar mi EPS y por compartir parte de su conocimiento conmigo.

A **LICDA. PAOLA DOMINGUEZ** por su cariño y apoyo dentro de la empresa donde ejecuté este proyecto.

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	II
JUSTIFICACIÓN	III
CAPÍTULO I	1
1. DIAGNÓSTICO	1
1.1 Objetivos del Diagnóstico.....	1
1.1.1 Objetivo General	1
1.1.2 Objetivos Específicos	1
1.2 La Institución – GBK Servicios y Producciones, S.A.	1
1.2.1 Ubicación Geográfica	1
1.2.2 Integración y Alianzas Estratégicas	1
1.2.3 Antecedentes	1
1.2.4 Departamentos o Dependencias	2
1.2.5 Misión	6
1.2.6 Visión.....	6
1.2.7 Objetivos Institucionales.....	6
1.2.8 Público Objetivo	6
1.2.9 Organigrama	7
1.3 Metodología	8
1.3.1 Descripción del Método.....	8
1.3.2 Técnicas e Instrumentos de Recolección	8
1.3.3 Cronograma del Diagnóstico	9
1.4 Recopilación de Datos	10
1.4.3 Gráficas e Interpretaciones del Resultado de las Encuestas	10
1.5 Radiografía de la Institución.....	13
1.5.1 Fortalezas	13
1.5.2 Oportunidades	13
1.5.3 Debilidades	13
1.5.4 Amenazas	13
CAPÍTULO II.....	14
2. PLAN DE COMUNICACIÓN	14
2.1 Antecedentes Comunicacionales	14
2.2 Objetivos de Comunicación.....	26
2.2.1 Objetivo General.....	26

2.2.2 Objetivos Específicos	27
2.3 Público Objetivo	27
2.4 Mensaje	27
2.5 Estrategias	27
2.6 Acciones de Comunicación	28
CAPÍTULO III	35
3. INFORME DE EJECUCIÓN	35
3.1 Proyecto Desarrollado.....	35
3.1.1 Financiamiento.....	35
3.1.2 Presupuesto	35
3.1.3 Beneficiarios	36
3.1.4 Recursos Humanos	36
3.1.5 Área Geográfica de Acción.....	37
3.2 Estrategias y Acciones Realizadas.....	37
3.3 Cronograma de Actividades.....	52
3.4 Control y Seguimiento	53
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES	55
GLOSARIO DE TÉRMINOS	56
BIBLIOGRAFÍA	61
E GRAFÍA.....	62
ANEXOS.....	63

RESUMEN

Nombre de la Institución:

GBK Servicios y Producciones, S.A.

Nombre del Proyecto:

“Implementación de estrategias, líneas gráficas y contenidos para cada área de actividades comerciales que GBK Group provee para gestión de sus redes sociales”.

Objetivos del Proyecto:

General:

Implementar las redes sociales de GBK Group para fortalecer la comunicación interna y externa de la empresa.

Específicos:

- Realizar capacitaciones sobre importancia del manejo de redes sociales.
- Elaborar líneas gráficas y contenidos para cada área de la empresa (Consulting, Events, Marketing, Training) y para cada red social (Instagram, LinkedIn, Facebook).
- Ejecutar el trabajo de community manager, manejo y seguimiento de redes sociales.

Sinopsis:

La implementación de las redes sociales de GBK Servicios y Producciones, S.A. presenta estrategias de comunicación que se plantearon a los directores Comercial y de Operaciones de la empresa, manipulando acciones y materiales que capacitaron la importancia de la utilización de las mismas para beneficio interno y externo con el fin de ganar ganar, empezando con tráfico de datos para que conozcan más de GBK y así lograr que sus clientes actuales y potenciales tengan una forma inmediata y fácil para contactarlos.

INTRODUCCIÓN

En la nueva era la forma más fácil de contactar es a través de la tecnología, ya sea utilizando un Smartphone, Tablet, Laptop o Desktop para acceder a la web e informarse de cosas poco y bastante importantes. Esta es una nueva forma de comunicación que rige la sociedad actual, es más fácil conectarse a una red que dirigirse a un establecimiento para obtener datos necesarios, con tan solo tener un paquete de datos o acceso a una red wifi.

Las redes sociales como herramientas y servicios que se conectan entre sí, y ahora la comunicación como formación se da en un entorno virtual y es esencial para facilitar el aprendizaje. Con el desarrollo de las redes de ordenadores e internet han surgido diferentes formas de comunicación virtual. Las redes sociales manejan información en constante movimiento, con estas se puede estereotipar a una empresa para que sea viable para sus consumidores, manteniéndolos actualizados de los cambios y nuevos productos de los cuales estos se pueden ver interesados.

La empresa GBK Servicios y Producciones S.A. cuenta con 3 redes sociales; Instagram, LinkedIn, Facebook, sin embargo estas según el Director Comercial Roberto González las crearon por requisito, al principio se utilizaban, luego se ocuparon en otras cosas que mantenerlas actualizadas no parecía su prioridad.

El presente informe desarrolla una estrategia de comunicación para que las redes sociales de la empresa GBK Servicios y Producciones S.A., no caigan en desinformación al momento en que sus clientes actuales y potenciales necesiten contactarlos y conocerlos, utilizando estas herramientas y así su uso en el Ejercicio Profesional Supervisado, en el ciclo 2019.

JUSTIFICACIÓN

Al realizar el diagnóstico comunicacional, se detecta que la empresa presenta desconocimiento sobre importancia y utilización de sus cuentas de redes sociales (Facebook, LinkedIn, Instagram).

La tecnología cada día sobrepasa sus límites, el fácil acceso y utilización de las redes sociales hace que muchas empresas proporcionen información acerca de lo que estas hacen y así fácilmente puedan promocionar un producto o servicio, al mismo tiempo que muchos usuarios tengan acceso a este tipo de información y que este pueda ser compartido con sus usuarios y alcanzar cientos de visitas.

De acá surge la estrategia de comunicación, primero se muestra la importancia que una red social tiene y el porqué de su utilización, cómo puede impactar de forma positiva; siendo la expresión de ideas y la que fomenta la sociabilidad, o negativa; porque pueden crearse identidades falsas e idealizadas por falta de presencia (Gómez, 2015). Donde implementar líneas gráficas y contenidos para cada red social y cada área a la que se dedica esta empresa es clave para lograr el objetivo de su negocio.

Tomando en cuenta que según las encuestas realizadas la mayoría de las personas tiene al menos una red social, donde Facebook es la más utilizada, luego Instagram. Muy pocas personas utilizan LinkedIn, sin embargo esta es una red social precisamente para reforzar la marca y facilita generar entradas a la página web de la empresa.

El propósito del presente informe es que el público objetivo de la empresa utilice las redes sociales como herramientas electrónicas para; interactuar, facilitarles información, conocer a la compañía GBK Servicios y Producciones, S.A..

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO

1.1. Objetivos del Diagnóstico

1.1.1. Objetivo General

Elaborar un diagnóstico comunicacional que permita identificar problemática por falta de utilización y contenido digital de las redes sociales de GBK Group.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Analizar estrategias y contenidos en redes sociales de GBK Servicios y Producciones S.A.
- Examinar líneas gráficas de cada área de la empresa.
- Analizar material digital utilizado por la empresa antes en sus redes sociales.

1.2. La Institución – GBK Servicios y Producciones, S.A.

1.2.1. Ubicación Geográfica

La empresa GBK Servicios y Producciones, S.A. se encuentra ubicada en la 12 calle 1-25 zona 10, edificio Géminis 10, Torre Sur, nivel 13, oficina 1310.

1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Eventos – alianza Universal GMC Guatemala, Universal Travel, meetings, & Events de Panamá. Marketing – Digix Colombia (Agencia de publicidad digital de desarrollos tecnológicos). EDSPT - Empresa desarrolladora de software y programación tecnológica. Consulting y training - alianza hemsley fraser, MJ learning Chicago USA, NEO consulting de Colombia. 9Fp - Nueve factores de personalidad.

1.2.3. Antecedentes

En el año 2004 se fundó la empresa actualmente llamada GBK Servicios y Producciones S.A., como Video Producciones. Esta en un principio se dedicaba solo al área de producción donde se ocuparon de elaborar guiones, filmaciones en instalaciones empresariales, locales o exteriores.

Video Producciones empezó con 3 tipos de videos: Eventos; este se utiliza para promocionar un evento ante los patrocinadores, administración empresarial o para subirlo a redes sociales, Institucionales: Debe ser corto, mensaje claro, auténtico, tener grupo objetivo y es de ayuda para las empresas, Documentales; su objetivo es retratar lo cotidiano, para ser consultado por audiencias posteriores.

Estuvo fuera de operación del 2009 – 2016. En el 2016 se reactivó con nombre comercial “GBK group”. Tiene como valores: Responsabilidad, creatividad, innovación, honestidad, confianza, resiliencia, comunicación.

GBK Group trabaja con 4 áreas; Training, Consulting, Events y Marketing. Estas se han venido integrando en el transcurso de los años, en 2018 se dedicó en un 80% al área de Training donde en su página web se podía encontrar una serie de cursos en línea desde el nivel básico hasta el avanzado, para ello también se ha realizado eventos como: seminarios, foros, capacitaciones, ferias.

Cuando se habla de consultoría, es porque GBK ofrece el servicio de buscar entre compañías nacionales e internacionales para complementar en cierta área o departamento en que la empresa necesita apoyo. Si el departamento de Marketing carece de personal GBK se encarga de encontrar al mejor equipo sin necesidad que estos estén de planta en la compañía y hacer un trabajo de calidad, barato y profesional.

En 2019 GBK Group se dedica más al área de Marketing ofreciendo a sus clientes, creación de estrategias y estudios de mercadeo, creación de contenido audiovisual y redacción, creación de guiones, manejo de redes sociales y de página web.

1.2.4. Departamentos o Dependencias

GBK Servicios y Producciones S.A. cuenta con diferentes departamentos, los cuales se muestran a continuación:

Departamento Administrativo

Este departamento es responsable de compilar información y papeles legales de reporte, como también de conseguir financiación para las necesidades de la empresa.

Funciones:

- Inventarios
- Costes
- Registros
- Balances
- Elaboración de estados financieros
- Estadísticas de la empresa
- Balances
- Cuenta de resultados
- Estado de cambios
- Impuestos
- Planeación financiera
- Relaciones financieras
- Tesorería
- Obtención de recursos
- Inversiones
- Contabilidad general
- Contabilidad de costos
- Presupuestos
- Auditoría interna
- Estadística
- Crédito y cobranza
- Impuestos

Departamento de Recursos Humanos

Su principal objetivo es conseguir y conservar un grupo humano de trabajo, donde realizan programas adecuados y reclutamiento, de selección, de capacitación, y desarrollo. Verifica que cada puesto esté cubierto, motiva a los trabajadores dependiendo de sus necesidades y las necesidades de la empresa.

Funciones:

- Reclutamiento
- Selección
- Contratación

- Ascensos
- Remuneración
- Vacaciones
- Relaciones laborales
- Sueldos y salarios
- Servicios y prestaciones
- Comunicación
- Rotación
- Auditoría
- Higiene y seguridad industrial

Departamento de Marketing

Su objetivo principal es conseguir más ventas y tener contentos a los clientes. Tiene factores que influyen en el mercado para crear lo que el consumidor quiere, desea y necesita. Se lo facilita de forma, cantidad, lugar y precio.

Funciones:

Investigación de mercados

Planeación y desarrollo de producto

Diseño y promoción de venta

Distribución y logística

Ventas

Comunicación

Departamento Comercial

Este departamento tiene marcadas las estrategias en el área de Marketing. Define y comunica claramente los objetivos empresariales, departamentales e individuales.

Funciones:

Supervisiones

Delegación de tareas

Estabilidad del personal

Flexibilidad

Coordinación

Departamento de Compras

Su principal función es adquirir material a buen precio, en el caso de GBK Group no solo de muebles, sino también en contrataciones de terceros que ayudan en proyectos, como el hecho de alquilar un dron (vehículo aéreo no tripulado) porque el cliente así lo ha solicitado y la empresa no cuenta con uno, entonces este tipo de compras se cotiza para el beneficio de la compañía y del cliente.

Funciones:

- Comprar o alquilar material para los propósitos buscados
- Disponibilidad adecuada de material antes de utilizarlos
- Verificar costos, tomando en cuenta la calidad y funcionalidad del equipo.

Departamento de logística y operaciones

Es un motor esencial para la competitividad de las empresas y puede contribuir a impulsar hacia el éxito, con una base de datos de calidad, actualizados e integrados. Aplicación de las nuevas tecnologías y nuevas modalidades de comercio, principalmente electrónico.

Dirección General

Este departamento es la cabeza de la empresa, es quien sabe hacia dónde va la empresa y establece los objetivos de la misma. Tiene su plan de negocios, sus metas. Además debe mantener unidad en el equipo de trabajo y un ambiente de cordialidad y respeto en la empresa.

Funciones:

- Coordinación de todas las áreas de negocio
- Planificación de estrategia y administración de recursos
- Medición y control de resultados

Comité de Dirección

La alta dirección forma parte del Comité Directivo y está formado por el Presidente, Directores Generales, Directores de las distintas áreas o departamentos. Sus responsabilidades es conseguir resultados cuando logra un mayor compromiso,

integración, toma de decisiones, saber coordinarse y potenciar al máximo las capacidades de cada uno.

1.2.5. Misión

Dar a nuestros clientes paz mental y tranquilidad, ser aliados estratégicos, socios comerciales e integrador de soluciones. GBK es el proveedor de recursos humanos sin ser empleado de la empresa. Tiene relación muy cercana al entender el negocio como si fuera parte de una campaña o consultoría. Tiene una relación de ganar, ganar con cualquier servicio con finalidad de darles rentabilidad para generar ingresos o ganancias. Ofrece la confianza necesaria para conocer sus necesidades y problemas, ya sea comerciales, eventos, recursos humanos. Su finalidad es proveer una solución.

1.2.6. Visión

Ser una empresa integradora de soluciones que aporte valor a nuestros clientes que sea ganar, ganar.

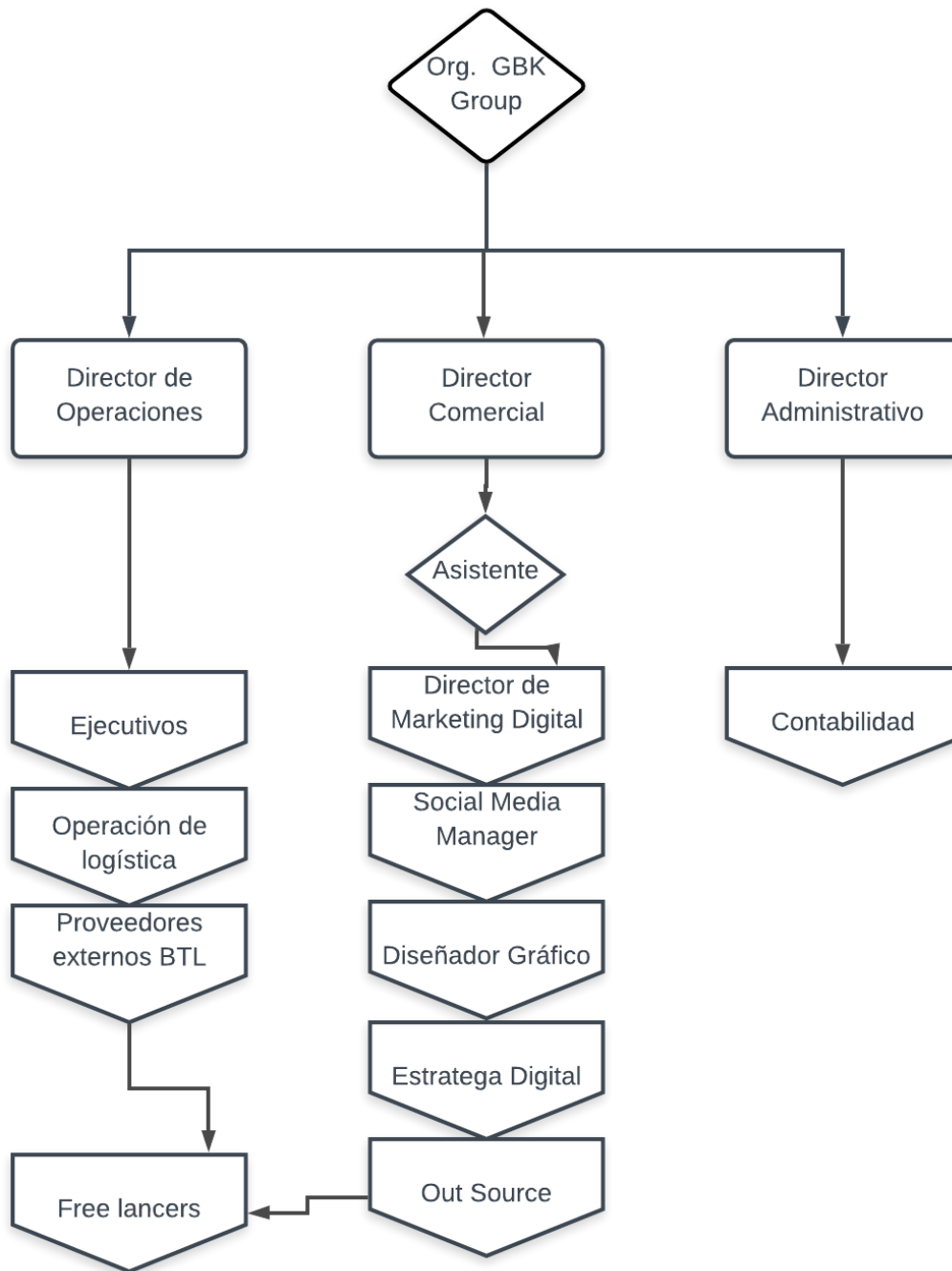
1.2.7. Objetivos Institucionales

- Ofrecer rentabilidad y tener una cartera sana de clientes en constante crecimiento.
- Que la distancia no sea un obstáculo.
- Los recursos humanos son muy valiosos.
- Tener flexibilidad para siempre encontrar soluciones.
- Tener productos y servicios tangibles que aporten una solución a los clientes y empresas.

1.2.8. Público Objetivo

Por parte de eventos, asociaciones, cámaras, gremiales, federaciones, colegios de profesionales y empresas corporativas. Eventos en marketing, departamentos de mercadeo y comercial de empresas locales e internacionales. Consulting y training, área de recursos humanos, comerciales, gerencias generales o propietarios de times, empresas grandes.

1.2.9. Organigrama



Fuente: Epeista Josselyn Villavicencio

1.3. Metodología

1.3.1. Descripción del Método

La metodología científica se refiere a la ciencia como un conjunto de pensamientos universales lo cual conforma un conocimiento sistemático de la realidad, (Ruiz, 2007).

El enfoque de esta investigación es mixto, ya que este implica combinar los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio, (R. Hernández Sampieri, 2006). Las metodologías mixtas permiten neutralizar métodos y así sus resultados se contribuyan uno con el otro lo cual hace que se proporcionen datos de diferentes niveles o unidades de análisis, (Gómez). También se utilizó para medir con exactitud la dependencia entre magnitudes estudiadas.

Este enfoque es importante para este diagnóstico porque hay datos que se pueden medir y otros no, donde cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación, probar hipótesis establecidas previamente y confiar en la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. Al enfoque cualitativo le reconoce su posible utilización para descubrir y refinar preguntas de investigación y su basamento en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones, así como su flexibilidad, (Valdés, 2015).

1.3.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección

Encuesta:

Técnica de adquisición de información, ya sea por medio de preguntas abiertas o cerradas con el objetivo de lograr la opinión de varios individuos lo cual nos sirve como muestra para la investigación.

Suele utilizarse como una alternativa a las restricciones que presenta la observación, es una técnica de recolección de datos que utiliza como instrumento un listado de preguntas que están fuertemente estructuradas y que recoge información para ser tratada

estadísticamente, desde una perspectiva cuantitativa, (Morone, Métodos y técnicas de la investigación científica, 2013).

Esta técnica es útil en el diagnóstico para saber acerca de las preferencias de las personas que ya utilizan las redes sociales de GBK Group, y de las personas que aún no están involucradas, pero que de cierta forma tienen contacto con la empresa, ya sea usando un correo electrónico o número de teléfono. Así obtener variables útiles para armar el plan de comunicación.

Entrevistas:

Técnica de recopilación de información a través de conversaciones de carácter profesional en la que la información obtenida será tratada en forma cualitativa, no estadísticamente, (Morone, Métodos y técnicas de la investigación científica, 2013).

La técnica de entrevista se utilizó para obtener información general y específica de la empresa, desde su inicio, cómo esta se ha ido desarrollando y así conocer las necesidades de la misma e identificar problemática comunicacional.

1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

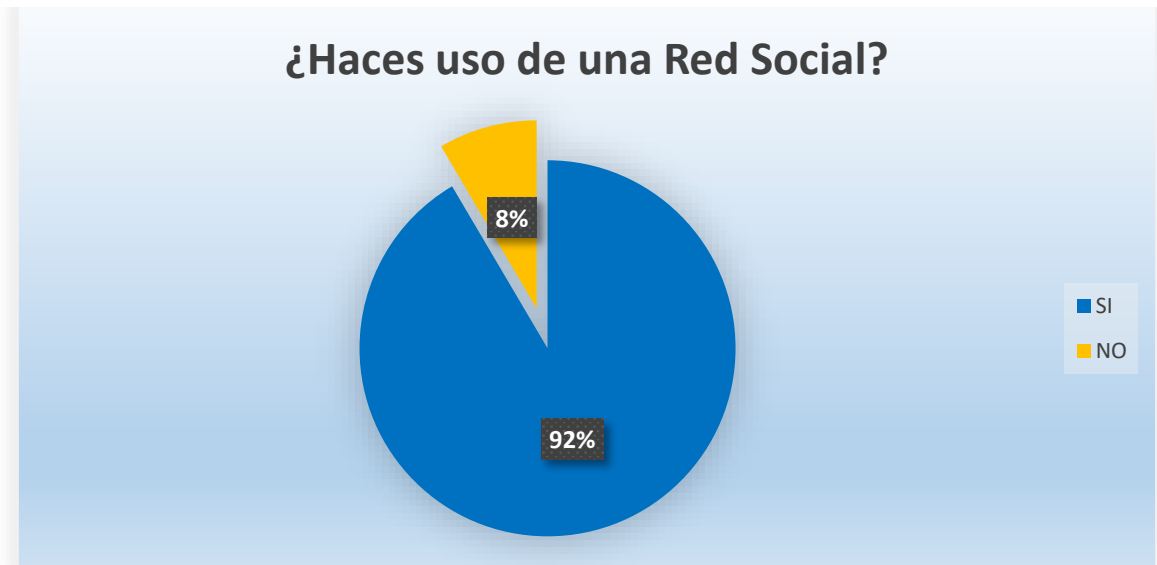
Actividad	Enero		Febrero	
Semana	3	4	1	2
Observación del problema				
Recopilación de datos de institución				
Planteamiento de objetivos				
Inducción de redes sociales				
Realización de encuestas y entrevistas				
Elaboración del diagnóstico				
Entrega Fase 1 (Diagnóstico)				

Elaboración: Epesista Josselyn Villavicencio

1.4. Recopilación de Datos

1.4.1. Gráficas e Interpretaciones del Resultado de las Encuestas

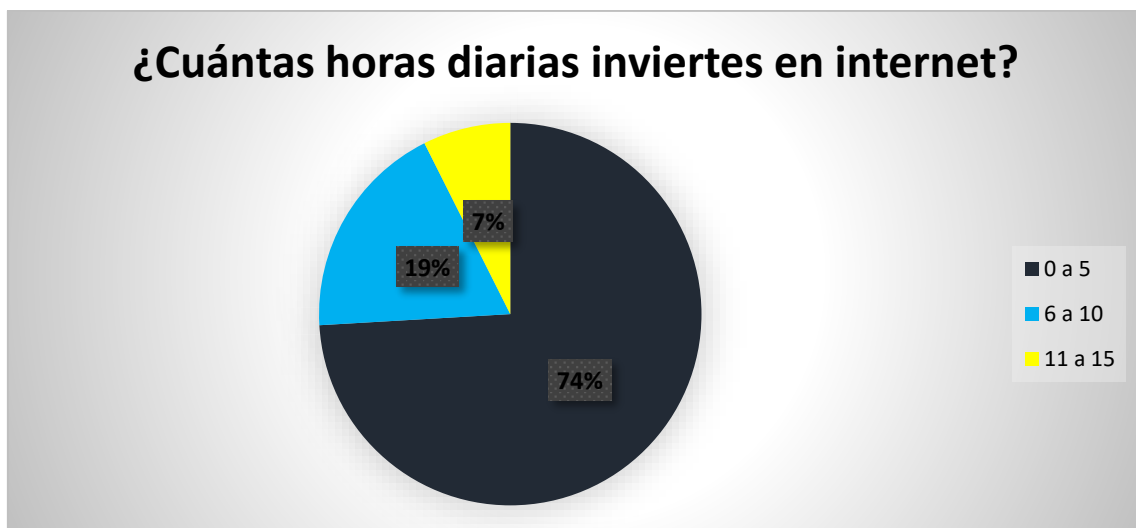
Gráfica 1



Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

Interpretación: El 92% de los usuarios utilizan una red social, mientras que el 8% de los encuestados mencionaron que no cuentan con una.

Gráfica 2



Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

Interpretación: El 74% de las personas encuestadas invierten menos de 5 horas diarias en internet, el 19% de 6 a 10 horas y el 7% invierte hasta 15 horas.

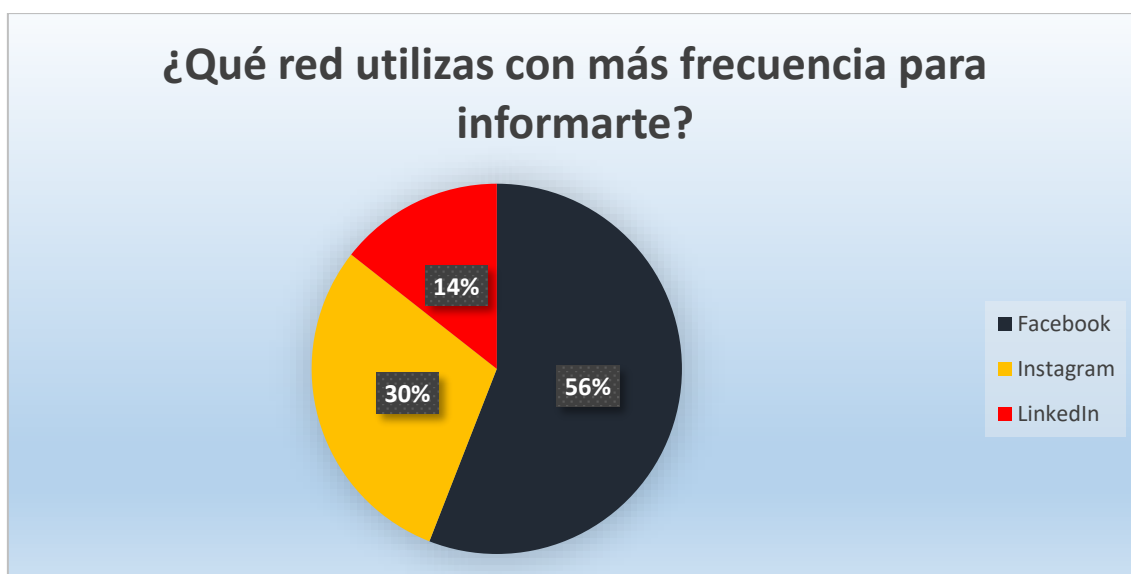
Gráfica 3



Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

Interpretación: El 72% de los usuarios encuestados utilizan un Smartphone para acceder a una red, mientras que el 2% una Tablet y el 26% usa una computadora para acceder.

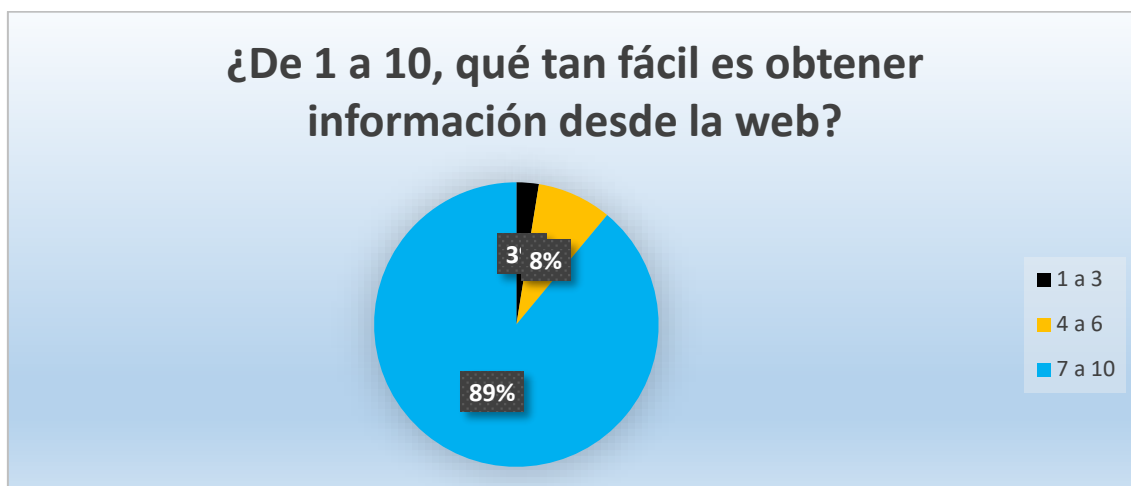
Gráfica 4



Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

Interpretación: El 56% de las personas encuestas usan Facebook para mantenerse informado, el 30% de estas personas usa Instagram y el 14% LinkedIn.

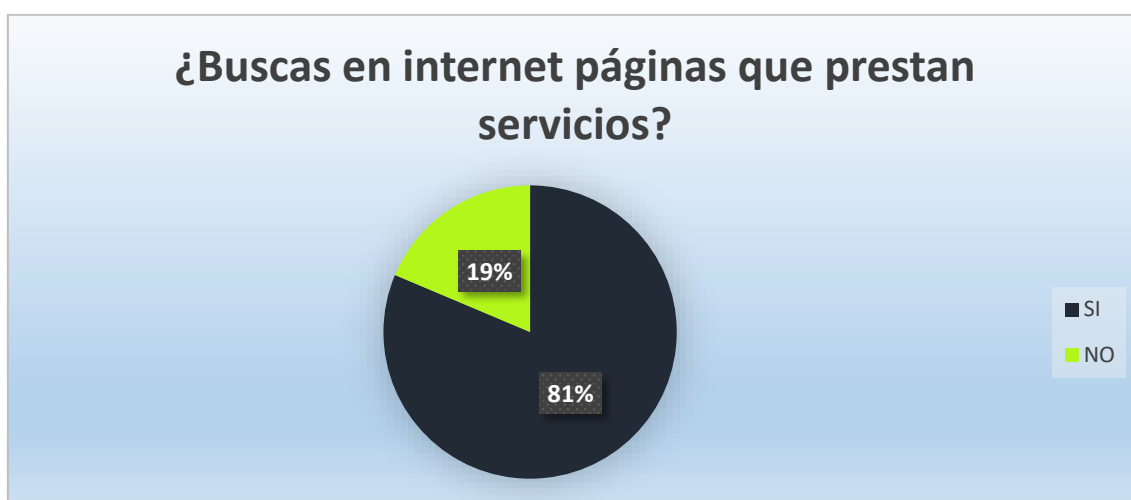
Gráfica 5



Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

Interpretación: El 89% de la personas mencionaron que entre 7 y 10 desde la web es más fácil obtener información, el 8% marcó que la facilidad está entre 4 y 6 según sus búsquedas y el 3% tiene la facilidad entre 1 y 3 en dificultad. Siendo 10 más fácil y 1 más difícil.

Gráfica 6



Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

Interpretación: El 81% de usuarios encuestados mencionaron que sí buscan páginas que prestan servicios en internet, y el 19% no busca servicios en la web.

1.5. Radiografía de la Institución

1.5.1. Fortalezas

- Redes sociales y web son públicas.
- Fácil contacto haciendo uso de una línea telefónica y correo electrónico.
- Realización de eventos como: seminarios, conferencias, ferias, capacitaciones, foros.

1.5.2. Oportunidades

- Creación de contenidos para redes sociales.
- Implementar líneas gráficas para cada área de la empresa (Events, Marketing, Consulting, Training).
- Creación de material digital para reforzar mensajes.

1.5.3. Debilidades

- Falta de estrategias comunicacionales para crear contenidos para sus redes sociales.
- Administración de redes sociales.

1.5.4 Amenazas

- Si una red no tiene mantenimiento puede ocasionar fallas, al no realizar actualizaciones en las plataformas.
- La utilización de redes sociales no es una prioridad para la empresa.
- Las redes son vulnerables a hackers.

CAPÍTULO II

2. PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. Antecedentes Comunicacionales

En el año 2016 cuando la empresa abre sus puertas nuevamente después de 5 años que estuvo fuera de operaciones, ya con el nombre comercial GBK Group, pasó sin tener una red social o una página web donde los clientes pudiesen contactarlos o encontrarlos fácilmente.

Un año después, la empresa considera que es necesario crear estas plataformas como requisito, ya que la mayoría de las empresas tienen al menos una red social o una página donde haya información de la empresa. En 2017 GBK Group creó su página web y agregó pequeños detalles de cada una de las áreas a la que se dedica la empresa.

Su página de Facebook empezó a publicar acerca de tendencias en Marketing, nuevas plazas en la empresa, acerca de Training; cursos que se estarían impartiendo. También información sobre ciertos eventos que se estarían compartiendo. Al principio se publicaba 1 o 2 veces al mes, luego al menos 3 veces por semana, cada día tenía más interacciones. Sin embargo el 13 de agosto del 2018 fue su última publicación en esta plataforma.

Mientras que en Instagram realizó su primer publicación en noviembre de 2017, las 9 publicaciones que hizo durante 2 meses fue acerca del área de Training de la empresa, donde se daba a conocer acerca de diferentes diplomados que esta impartía. Su última publicación fue en enero del 2018.

En cuanto a la red social LinkedIn, solo se creó la cuenta pero no se contaba con al menos una publicación, sin embargo tiene 10 seguidores y 200 contactos.

En 2018 esta empresa se dedicó más al área de Training, donde contaba con al menos 10 cursos en línea sobre Fotografía, Social Media, Project Management, Páginas Web, Diseño Gráfico, entre otros. Este material lo publicaban en su página web, (Group, 2018).

Cursos que se impartían en 2018:

Social Media

Descripción del curso:

En la actualidad las Redes Sociales se han convertido en un campo en el que empresas y profesionales, compiten por crear campañas de publicidad exitosas. Ya que en ella conviven una gran cantidad de posibles clientes y potenciales compradores invierten una gran parte de su tiempo en redes sociales, buscando productos o servicios. Por este motivo, es importante que escuches, converses allá donde los consumidores se encuentran y se transmite de «boca en boca» la calidad de los productos.

Si tú quieres diferenciarte en ambos, este curso está diseñado para ti. En el aprenderás las estrategias usadas en redes sociales, que han generado impacto, entenderás cómo hacer una gestión de contenidos y analizar las métricas -estadísticas- para convencer a tus futuros clientes a tomar una mejor decisión en sus estrategias de comunicación. También, les darás un valor agregado al aplicar retorno de la inversión -ROI-.

Quien asistan al curso tendrá la posibilidad de conocer a fondo el mundo de las redes sociales, ya sea un principiante o bien una persona experimentada. Aprenderá técnicas acerca de cómo mejorar hacia sus distintas redes sociales un flujo de visitantes, que posteriormente pueden se convertirán en clientes potenciales.

Objetivos:

- El estudiante conozca el uso correcto de las Redes Sociales para sacar el mayor provecho al manejo de estas.
- Quién asista al curso aprenderá de manera práctica a como crear campañas exitosas que le ayuden a hacer una buena gestión de las distintas Redes Sociales.
- El alumno aprenderá de que se encarga Community Manager, mientras conoce de la estrategia, planificación y creación de una comunidad; hasta la gestión de las redes sociales, la creación y optimización de contenidos, que ayudan a potencializar las ventas, todo esto entretanto práctica y lleva la teoría al campo de la acción.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y haya entregado el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

Fotografía (Nivel Básico)

Descripción del curso:

Conoce el mundo desde el lente de una cámara, aprende a capturar las mejores imágenes. El diplomado en Fotografía es para ti, aprenderás a usar correctamente una cámara fotográfica no solo como una herramienta, sino como un instrumento de comunicación, para dar a conocer el universo que te rodea.

Mientras te familiarizas con los formatos digitales, conocerás y aplicarás conceptos básicos hacer tomas impresionantes. Entenderás el uso de la composición artística y aplicaciones de ámbito laboral, tal como lo piden los medios de comunicación y empresas de publicidad.

Por lo tanto, el estudiante no se convertirá en un simple captador de fotografías, sino que sabrá reconocer y motivar a quien ve sus imágenes. Esto con el fin de que aquellos que deseen practicar la fotografía y pues cada vez que capturen el mundo a través de su lente, puedan expresar cómo se percibe desde sus ojos.

Objetivos:

- Que el alumno aprenda el manejo adecuado del equipo fotográfico.
- Conocerá el uso de los conceptos básicos de la fotografía en sus distintos formatos.
- Llevar a la práctica el manejo de las herramientas indispensables para crear un excelente catálogo de fotografías propio.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y haya entregado el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

Tablas Dinámicas con Excel y Power BI

Descripción del curso:

En la actualidad, se requiere trabajar con un mayor volumen de datos provenientes de ERP's, CRM's, y otros sistemas. Esto resulta muy difícil en su tratamiento y análisis, para ello se utilizan herramientas tradicionales, que conforme el paso del tiempo han quedado rezagadas.

Para adentrarnos en el Big Data, Microsoft Excel® introduce las herramientas Business Intelligence: las cuales analizan grandes volúmenes de datos, crean informes y resúmenes, de manera rápida y sencilla. Para visualizar y comprender mejor estos datos utilizaremos Microsoft Power BI® como tablero de control y monitoreo de indicadores de desempeño.

Los motivos anteriormente mencionados son los que hoy el Business Intelligence, utiliza para requerir profesionales destacados en el procesamiento de datos. Si tú quieres ser uno de ellos, el curso de Tablas Dinámicas y Excel, Power BI, te ayudará para que puedas entender cómo hacer un manejo adecuado de cantidades. Con el implementarás un modelo de análisis entendible para tus clientes. Esto desde un entorno de Excel combinado con las herramientas gráficas que posee Power BI, que ordenan, segmentar, toda la información que poseen las empresas.

Objetivos:

- Que el alumno maneje de forma práctica las herramientas que proporciona el Power BI en conjunto con las tablas dinámicas de Microsoft Excel®
- Obtendrás los conocimientos necesarios para introducirte al mundo del Business Intelligence y la capacidad de procesar datos de manera rápida y sencilla.
- Llevar a la teoría a la práctica, mientras crea proyectos innovadores por el análisis y la manipulación de datos.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y haya entregado el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

Project Management

Descripción del curso:

El Project Management, es una disciplina que ha ido incrementando su demanda cada vez más en todos los sectores. Todo es susceptible de ser planificado, desde un complicado proyecto, hasta una tarea cotidiana. El Project Management, se plantea como respuesta a distintas necesidades en donde se requiera optimizar recursos, conseguir mejores resultados con el menor costo posible, eficientizar tareas, asignar responsables y evidenciar el avance en los proyectos.

Conocerás todas las características de la dirección y gestión de proyectos, las áreas de conocimiento que debes dominar para orientar a las personas que te ayudan en la ejecución, así como: los fundamentos de la dirección y gestión de proyectos, apropiada para conseguir mejores resultados. Asimismo, aprenderás todo lo relacionado con los procesos y técnicas en la planificación y gestión de proyectos individuales, empresariales, entre otros.

Objetivos:

- Formar a personas capacitadas en el manejo y gestión de proyectos, orientados a conseguir resultados.
- Que el estudiante puede conocer a fondo la rentabilidad que genera una buena gestión en un proyecto.
- Proporcionar al alumno las habilidades directivas necesarias para gestionar un equipo de proyecto que asegure el éxito.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y haya entregado el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

Ilustración Digital

Descripción del curso:

¿Eres apasionado por las artes gráficas? Con este curso aprenderás crear una ilustración digital y a utilizarlo como base para construir diseños únicos. Para ello, conocerás los materiales más usados y que recomiendan habitualmente en dibujos a mano alzada, que luego son convertidos a digital, todo a partir de enfocar tu vista en una fotografía o un rostro y otro dibujo.

El propósito de este curso es que el alumno traslade las técnicas y la teoría de la ilustración tradicional a ambientes digitales. Que logre entender los usos artísticos, publicitarios, comerciales, que requieren empresas y asociaciones sin fines de lucro. Asimismo, podrás adquirir conocimientos esenciales del uso y aplicación de técnicas que están a la vanguardia de la ilustración digital.

Objetivos:

- Que el alumno conozca los distintos tipos de ilustración y pueda trasladarlos a los distintos ambientes digitales que existe.
- Obtendrás los conocimientos artísticos que son aplicados en la publicidad, comercio e industria.
- Llevar a la práctica y teoría, a la acción con el manejo adecuado de las herramientas de éxito en la Ilustración Digital.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y haya entregado el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

AUTOCAD 3D, Studio Max

Descripción del curso:

Imagina poder dominar a la perfección el diseño arquitectónico, diseño de interiores y de decoración de interiores. En el curso adquirirás el conocimiento en dos de las herramientas de diseño técnico más utilizadas del mundo esto te permitirá darles vida a nuevos espacios, crear ambientes multidimensionales, darle mayor realismo al momento de presentar tus proyectos.

Con este curso te convertirás en un profesional capaz de interpretar cualquier tipo de plano. Además, adquirirás todos los conocimientos sobre multimedia tanto de Autocad como de 3D Studio Max, ya que poseerás una doble titulación. Esto se debe a que sus contenidos van dirigidos a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores, estudiantes y a cualquier persona que pretenda adquirir los conocimientos necesarios para realizar su propios proyectos de construcción.

Objetivos:

- Que el estudiante pueda optimizar y perfeccionar el diseño de interiores, de decoración de interiores y arquitectónico.
- Estructurar correctamente generar presentaciones en 2D y 3D, que vayan adecuadas a los proyectos que desees crear.
- Modelar y estructurar debidamente espacios en 2D y 3D, con el fin de que se tenga una mejor percepción al momento de iniciar una construcción dentro de un espacio.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y haya entregado el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

Animación 2D y 3D

Descripción del curso:

¿Quieres conocer cómo se hace una animación en 2D y 3D? En este curso te adentras en el increíble mundo de la Animación Digital 2D, harás que tus ideas cobren vida. Entenderás los conceptos básicos de la teoría del movimiento, los principios de animación, aprenderás a crear tus propios personajes y cortos animados. Además, te adentrarás al mundo de Motion Graphics, todo esto mientras practicas y te familiarizas con los softwares de animación actuales, competitivos y que generan más ingresos a las empresas que los utilizan.

En este curso aprenderás los elementos básicos de la Animación 2D y 3D, orientada a Motion Graphics, en el que obtendrás conocimientos que ayuden a la creación de cortometrajes animados. Conocerá el proceso en el que se crean distintas obras de arte digitales a partir de una ilustración en papel que cobrará vida a partir de tus ideas.

Con ello podrás descubrir funciones adecuadas que van adaptadas a la ilustración digital y que se funcionan con programas como Adobe Illustrator y Adobe After Effects, los que funcionan perfectamente juntos. Todas estas herramientas multimedia harán desarrollar tu creatividad al máximo. Debido a que no solo se harás diseños, sino que se profundizas en el uso correcto de cómo plantear una propuesta de animación, que se basa primero en la teoría y luego en la práctica.

Objetivos:

- Que conozca los principios básicos de la animación y partir de la ilustración de objetos, hasta darle vida a escenas completas e historias.
- Entender el proceso y tiempo en que se puede construir una animación partiendo desde cero.

- Mejorar las técnicas empleadas en el manejo de audio y la transición de cada secuencia animada.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y haya entregado el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

Desarrollo de Páginas Web (Nivel Básico)

Descripción del curso:

En este curso te prepararás para dar el salto a un nuevo campo de la tecnología. Aprende cómo se crea una Página Web con las herramientas tecnológicas y multimedia con mayor demanda en el ámbito comercial. Conocerás los conceptos básicos de un dominio y alojamiento, la arquitectura necesaria para la construcción de un Sitio Web.

Además, tendrás la capacidad de dominar y trabajar las plataformas tales como: WordPress y Joomla, que te servirán para desarrollar y gestionar contenidos en la web. Ya que ambas son las de mayor uso por empresas, comercios, entidades no lucrativas e incluso marcas específicas.

El alumno poseerá conocimientos específicos en el desarrollo de Páginas Web, mientras aprende por medio de la práctica a crear sitios funcionales para sus clientes y potenciales visitantes de los mismos. Esto a través de la formación y uso las herramientas profesionales utilizadas en el mercado.

Objetivos:

- Construir páginas web e integrar componentes y softwares que utilizan cada una de ellas.
- Quien reciba el curso, podrá optar a puesto de trabajo relacionados con desarrollo de páginas web, Mantenimiento de páginas web, manejo de plantillas.

- Los alumnos desarrollarán sitios web atractivos y de fácil mantenimiento, que sean adecuados a lo que requieren las empresas en la actualidad.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y haya entregado el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

Diplomado en Diseño Gráfico (Básico)

Descripción del curso:

Con el Curso de Diseño Gráfico Básico conocerás las distintas herramientas en diseño con uso y aplicación en el mercadeo, publicidad o digital. Aprenderás a como diseñar logotipos, maquetados, y cualquier tipo de expresión gráfica que se te ocurra. Asimismo, perfeccionas técnicas que te beneficiarán para adentrarte en el mundo del Diseño Gráfico.

Manejar con soltura las herramientas que poseen los distintos programas de diseño, para así poder aprovechar al máximo tu tiempo mientras desarrollas habilidades relacionadas al campo de la publicidad. Conocerá de mejor manera la información con la que trabajaremos debido a la facilidad en nuestro proceso de educación.

Con los puntos anteriores tendrás la oportunidad de formarte en este ámbito, gracias a este obtendrás las capacidades para manejar desde el inicio programas como Adobe Photoshop, Ilustrador. Los cuales son utilizados alrededor del mundo, por empresas de publicidad, medios de comunicación, mercadeo, entre otras.

Objetivo:

- Es que conozca y se familiarice con las herramientas y programas de diseño.
- Que pueda manejar con facilidad y de manera correcta las herramientas básicas de las que se compone el diseño gráfico.

- Al final del curso el estudiante entenderá el uso de las herramientas de diseño en un ecosistema digital.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- ·Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y que realice el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

Diseño Gráfico (Intermedio)

Descripción del curso:

Si el Diseño Gráfico es tu pasión, en nuestro curso intermedio obtendrás la opción de mejorar tus técnicas y capacidades, ya que nuestro contenido está enfocado a satisfacer las crecientes demandas que exigen hoy por hoy las empresas que contratan a compañías de publicidad. Además, tendrás la oportunidad de relacionarte con el mundo multimedia, ya que contamos con una introducción directa en la animación gráfica, diseño web, efectos especiales, que son requeridas cada vez más en el ámbito comercial mundial.

Al alumno se le otorgarán las herramientas que le facilitarán el uso comercial para crear diseños acordes a lo que solicitan sus futuros clientes. Con ellos podrás generar campañas exitosas y lograrás trabajar de manera eficiente. Además, en el curso se promueve la creatividad de los estudiantes, ya que crearán proyectos estéticos y funcionales que les orientarán en las decisiones clave en sus diseños.

Con esta metodología se fomenta el pensamiento crítico, la competitividad en los profesionales y el continuo perfeccionamiento en las áreas del diseño, para que al final del día puedan demostrar sus capacidades con responsabilidad, todo gracias a la ayuda de profesores capacitados, que resolverán sus dudas acerca de cómo generar productos eficientes acordes a las exigencias del mercado global.

Objetivos:

- Que el alumno aporte de forma significativa y positiva en los espacios comunicacionales, culturales y artísticos, interpretando las tendencias que existen en el mercado laboral global.
- Le servirá al estudiante para aplicar sus conocimientos y creatividad adquiridos en el curso de Diseño Gráfico Intermedio. Siendo emprendedor, para abrirse paso en el ámbito comercial.
- Que quien estudie el curso pueda mantenerse actualizado y que pueda preparar de mejor manera sus productos comunicacionales, no solo para un ámbito físico, también para el sector multimedia que se mantiene en constante crecimiento.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y haya entregado el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

Diseño Gráfico (Avanzado)

Descripción del curso:

¿Quieres entender mejor a tus clientes y ofrecerles un valor agregado a tus productos? Con el curso de Diseño Gráfico Avanzado, tienes la opción de crecer como profesional, debido a que no solo entenderás de mejor manera los clientes que solicitan tus servicios; sino que podrás crear campañas exitosas de marketing y publicidad.

Esto se debe a que no solo se enfoca en los medios de comunicación tradicional, sino que amplía tu horizonte, gracias a que te adentrará en el campo de digital. Asimismo, tendrás la ventaja de aprender a manejar la identidad corporativa, que muchas empresas necesitan para influir en sus clientes potenciales, lo que hará a su vez que toma decisiones acerca de proyectos comerciales y publicitarios sea rápida.

Con esto estarás actualizado y mejorarás tus habilidades, llevarás a otro nivel tus proyectos comunicacionales y publicitarios y comerciales. Ya que potenciarás de una

forma efectiva tus productos gráficos. Si ya te dedicas a crear anuncios, revistas, pauta comercial y sientes que se te acaban las ideas, en el nivel avanzado de Diseño Gráfico, encontrarás diferentes herramientas informáticas para agilizar tu trabajo y consejos prácticos para explotar al máximo tu imaginación.

Objetivos:

- Proporcionar al alumno una formación muy completa y exhaustiva, ofreciéndole una visión muy actualizada del sector de la comunicación comercial y optimizando sus capacidades para crear campañas publicitarias y proyectos de Diseño Gráfico.
- Lograr que el estudiante explore su creatividad y explore nuevos espacios comerciales en el diseño gráfico actual requiere a los profesionales.
- Aprender a fondo el uso de las herramientas y programas solicitados para la creación de entidades corporativas para distintos tipos de clientes.

Incluye:

1. Material didáctico y digital en cada curso.
2. Diploma al final del curso.

Requerimientos:

- ·Para tener derecho a su diploma, es necesario cumplir como mínimo, con 85% de asistencia y haya entregado el proyecto final que se le solicita.
- Todos los cursos son personalizados, por lo que se tiene un máximo de 20 alumnos por clase.

En 2019, la empresa se inclina más al área de Marketing trabajando con: Mil Flores Luxury Design Hotel, Amanco Guatemala, Cámara Guatemalteca de Alimentos y Bebidas -CGAB-, siendo quienes manejan estrategias, video producciones, artes, banners (diseños), contenido de sus redes sociales y página web.

2.2. Objetivos de Comunicación

2.2.1. Objetivo General

Elaborar un plan comunicacional para que la empresa GBK Group conozca la importancia de la utilización de sus redes sociales para el beneficio de ellos y de sus contactos.

2.2.2. Objetivos Específicos

Implementar estrategias comunicacionales para determinar contenidos y líneas gráficas para cada una de las áreas de GBK Group; Consulting, events, marketing, training.

Fortalecer la comunicación en redes sociales a través de la creación de material digital para que el mensaje sea más efectivo.

Administrar redes sociales de GBK Group; Instagram, LinkedIn y Facebook para mostrar productos y servicios de la empresa.

2.3. Público Objetivo

El público objetivo del plan comunicacional de GBK Servicios y Producciones, S.A. es interno, porque es importante que los directores de la empresa conozcan acerca de la importancia de la utilización de redes sociales, creando estrategias comunicacionales para tener contenidos y líneas gráficas establecidos, lo efectivo que es agregar material digital para que el mensaje sea más efectivo y lo fácil que es administrarlas.

2.4. Mensaje

La comunicación virtual es primordial para el éxito.

Se ha escogido este mensaje porque con el nuevo mundo de las tecnologías cada día tenemos que estar a su nivel, actualizados, para estar presentes en el mercado.

2.5. Estrategias

- Fortalecimiento de la Comunicación Interna

Las capacitaciones son importantes para instruir a los empleados a fortalecer la utilización de las redes sociales, su importancia y qué beneficios trae como empresa.

- Fortalecer de Redes Sociales

La administración de redes sociales ayuda al fortalecimiento de contenido, línea gráfica y manejo de redes sociales de GBK Group.

2.6. Acciones de Comunicación

Estrategia 1: Fortalecimiento de la Comunicación Interna

- Acción 1

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecimiento de la Comunicación Interna
Problema	Falta de conocimiento de la importancia de la utilización de redes sociales.
Producto	Capacitaciones
Objetivo Comunicacional	Presentar e informar la importancia de la utilización de las redes sociales, qué beneficio trae para ellos y para sus clientes actuales y potenciales.
Tipo de Mensaje	Incentivo e Informativo.
Público Objetivo	Interno, Directores Comercial y de Operaciones de GBK Group.
Medio de difusión	Presencial, se realizará dos presentaciones en power point donde muestra la importancia de la utilidad de las redes sociales, sus beneficios como empresa y para sus clientes.

Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

Las capacitaciones son importantes para la empresa, ya que la utilización de redes sociales como herramienta comunicacional les beneficia para que sus clientes puedan conocer sobre sus productos y servicios, si se tiene estrategias para el manejo de las mismas. Entonces es necesario que primero los empleados conozcan la importancia de su utilidad y por ello se impartirá capacitaciones.



Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio

Primera parte de la presentación para las capacitaciones.

Estrategia 2: Fortalecer las Redes Sociales

- Acción 1

Acción 1	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecer de Redes Sociales
Problema	Falta de estrategia para tener contenidos disponibles que beneficien a la empresa y a sus clientes en sus redes sociales.
Producto	Contenido para redes sociales
Objetivo Comunicacional	Informar a los clientes sobre los servicios que GBK Group provee por medio de contenidos ya establecidos según cada área; consulting, events, marketing, training y también que ciertas publicaciones se apoye con material digital para que el mensaje sea más efectivo.
Tipo de Mensaje	Incentivo e Informativo.
Público Objetivo	Interno y Externo, Gerentes de GBK Group, Gerentes de mercadeo en general, empresas varias, personas interesadas en aprender y capacitarse online, etc... (Dependiendo del producto, así será el público objetivo).
Medio de difusión	Digital, se hará una presentación en Power Point con cada detalle de lo que se publicará, cómo, cuándo y dónde.

Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

Es tan importante saber qué se va a publicar y para ello se creará un cronograma o calendario digital donde se colocará qué tipos de contenidos llevará cada área de servicios de la empresa, cuándo se publicará, en qué red social se hará, cómo se realizará. La publicación con texto y material digital para que el mensaje sea más efectivo, también se creará una línea gráfica para cada área.

Calendario de contenidos para redes sociales



Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio

Consulting

Red Social	Hora	Día	Contenido
Instagram	2:00 PM	Lunes	Post de incitación para ver bolsa de empleos en Facebook. Sabías que GBK Group todos los lunes tiene contenido de empleos en su página de Facebook. #Consulting
LinkedIn	2:10 PM	Lunes	Post para estar pendientes de los lunes de bolsa de empleos. Lunes GBK empleos desde su portal de Facebook, aquí te dejamos el link ...#Consulting
Facebook	2:15 PM	Lunes	Post para dar a conocer que a partir de este momento se estará compartiendo empleos de diferentes compañías.
Instagram	4:00 PM	Lunes	Post de tips para CV. Resalta habilidades y experiencias, redactarse en una página, especificar puestos ocupados, misiones y tareas realizadas, especificar nivel de tus habilidades, incluir información de contacto, realizarlo en formato internacionales y en varios idiomas.
Facebook	4:15 PM	Lunes	Post de tips para CV. Resalta habilidades y experiencias, redactarse en una página, especificar puestos ocupados, misiones y tareas realizadas, especificar nivel de tus habilidades, incluir información de contacto, realizarlo en formato internacionales y en varios idiomas.
LinkedIn	4:45 PM	Lunes	Post de tips para CV. Resalta habilidades y experiencias, redactarse en una página, especificar puestos ocupados, misiones y tareas realizadas, especificar nivel de tus habilidades, incluir información de contacto, realizarlo en formato internacionales y en varios idiomas.



Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio

Instagram – 02:00 PM

¿Estás buscando empleo? GBKGroup te lo facilita, al seguir el siguiente link encontrarás una serie de empleos cada lunes por la tarde...

https://www.facebook.com/pg/GBKgroup.latam/reviews/?ref=page_internal #GBKGroup #OneCompanyManySolutions #Consulting #bolsadeempleos



Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio

Calendario de actividades para redes sociales y material digital visual para reforzar el mensaje.

Estrategia 2: Fortalecer de Redes Sociales

- Acción 2

Acción 2	
A qué estrategia responde la acción	Fortalecer de Redes Sociales
Problema	Las redes sociales dentro de la empresa solo han estado como requisito y no se utilizan como medio de comunicación.
Producto	Administración de cuentas de redes sociales de GBK Servicios y Producciones S.A. (Instagram, Facebook, LinkedIn).
Objetivo Comunicacional	Que la empresa se dé a conocer por medio de las redes sociales para beneficio de la misma y al mismo tiempo de sus clientes actuales y potenciales.
Tipo de Mensaje	Informativo.
Público Objetivo	Externo, Gerentes de mercadeo, empresas o personas interesadas en los servicios que GBK Group provee, entre otros.
Medio de difusión	Digital, se realizará 1 publicación de cada 1 de las áreas de GBK semanalmente. Publicaciones para Facebook, Instagram y LinkedIn.

Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio

Se manejarán las 3 redes sociales que GBK Group tiene; Instagram, Facebook y LinkedIn, se publicará un post semanalmente para cada área (consulting, events, marketing y training) en cada una de las redes según se haya estipulado el calendario o cronograma digital.



Fuente: https://www.facebook.com/GBKgroup.latam/?epa=SEARCH_BOX

Esta es la página de Facebook de GBK Servicios y producciones S.A.



Fuente: <https://www.facebook.com/MarketingTime/photos/pcb.672288343141459/672287009808259/?type=3&theater>

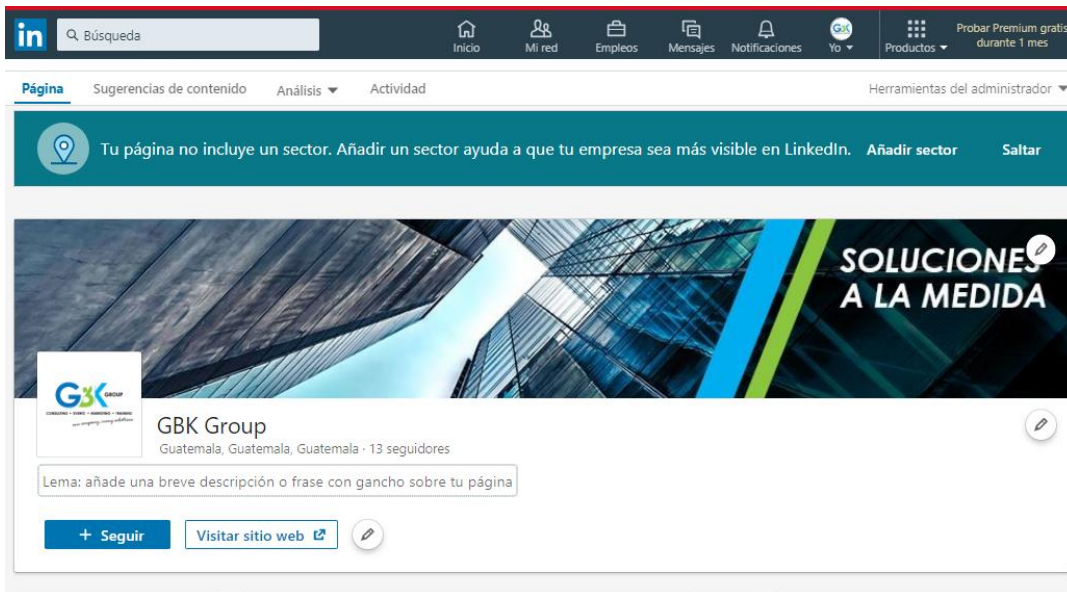
Esta es la última publicación de GBK en Facebook.



Fuente: <https://www.instagram.com/gbk.group/?hl=es-la>
 Página principal de GBK en Instagram, la cual tiene 9 publicaciones.

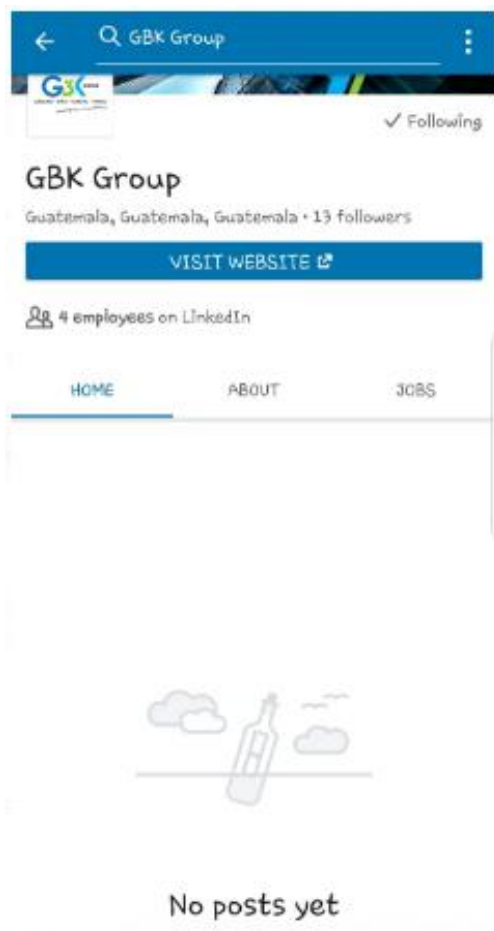


Fuente: https://www.instagram.com/p/BdvEwe_n30J/
 Última publicación de Instagram el 9 de enero de 2018.



Fuente: <https://www.linkedin.com/company/11351940/admin/>

Perfil de LinkedIn de GBK Group.



Fuente: <https://www.linkedin.com/company/gbk-group>

No hay ni una publicación de GBK Servicios y Producciones S.A. en esta red social.

CAPÍTULO III

3. INFORME DE EJECUCIÓN

3.1. Proyecto Desarrollado

“Implementación de estrategias, líneas gráficas y contenidos para cada área de actividades comerciales que GBK Servicios y Producciones, S.A. provee para gestión de sus redes sociales”.

3.1.1. Financiamiento

Los gastos incurridos durante la ejecución de la estrategia comunicacional se financiaron en un 100% por parte del epesista.

3.1.2. Presupuesto

El presupuesto utilizado para la ejecución de la estrategia de comunicación se describe a continuación:

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Community Manager	1	Q1000,00	Q1000,00
Elaboración de material digital	72	Q45,00	Q3240,00
Capacitaciones	2	Q500,00	Q1000,00
Asesoría comunicacional	1	Q1500,00	Q1500,00
Total			Q7240,00

3.1.3. Beneficiarios

	Beneficiarios	Beneficio
Primarios	GBK Servicios y Producciones S.A. - interno	Se incentivó a la empresa a tener sus estrategias de comunicación establecidas y así tener una línea gráfica de contenidos que se muestre por medio de sus redes sociales (Instagram, LinkedIn y Facebook), para que las personas conozcan qué servicios proveen y estas puedan contratar sus servicios a mediano y largo plazo.
Secundarios	Público en general (Seguidores de redes sociales de GBK) - externo	Tomar ventaja del contenido que se ha estado publicando en las redes sociales de GBK Servicios y Producciones S.A., ya que esta se ha estado publicando material importante sobre; consultoría, eventos, marketing y training, como recomendaciones y mejores prácticas en cada área.

3.1.4. Recursos Humanos

Personal	Cargo	Actividad
Lic. Roberto González	Director Comercial de GBK Servicios y Producciones S.A.	Supervisor de ejecución de prácticas dentro de la empresa GBK Servicios y Producciones S.A.
Licda. Paola Domínguez	Directora de Operaciones de GBK Servicios y Producciones S.A.	Supervisora de ejecución de prácticas dentro de la empresa GBK Servicios y Producciones S.A.
Lic. Luis Pedroza	Coordinador de EPS	Coordinador de cada una de las etapas del Ejercicio Personal Supervisado de Licenciatura.
Licda. Krista Ramírez	Asesora de EPS	Asesora y supervisora de cada una de las etapas del Ejercicio Personal Supervisado de Licenciatura.
Josselyn Villavicencio	Epesista	Realización de EPS con propuestas de estrategias y líneas gráficas de contenido, diseño de material digital y manejo de redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn) de GBK Servicios y Producciones S.A.

3.1.5. Área Geográfica de Acción

La ejecución de la estrategia de comunicación se realizó dentro del área de comunicación, en la empresa GBK Servicios y Producciones S.A., Géminis 10, Torre Sur, Oficina 13 -10.

3.2. Estrategias y Acciones Realizadas

El desarrollo de la estrategia de comunicación se realizó a través de una campaña informativa que incentivó a la empresa GBK Servicios y Producciones S.A. a darle uso a las redes sociales que la empresa tiene como: Facebook, LinkedIn e Instagram.

- Estrategia 1

Fortalecimiento de la comunicación interna

- Objetivo comunicacional

Capacitaciones, se brindó información acerca de la importancia de las redes sociales y su utilización para la empresa, los clientes actuales y nuevos.

- Descripción

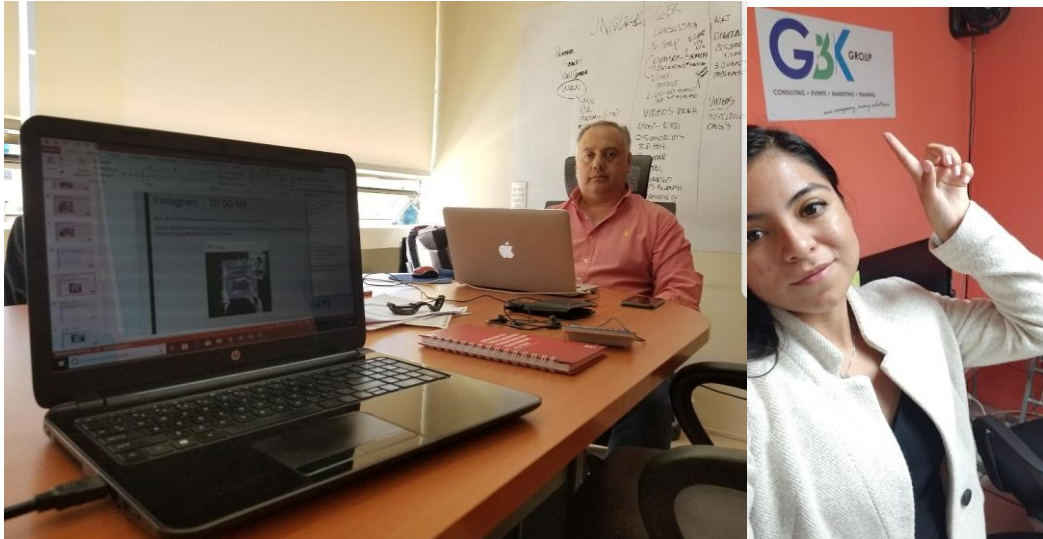
Se hizo 2 capacitaciones donde se presentó estrategia, líneas gráficas y contenido en la sala de juntas de la empresa GBK Servicios y Producciones S.A., las cuales se desarrollaron de la siguiente manera:

- Primera

Epesista: Josselyn Fabiola Villavicencio

Director Comercial, Lic. Roberto González, Directora de Operaciones, Licda. Paola Domínguez.

Capacitación: Importancia de la utilización de las redes sociales y la ventaja que se puede tomar de ellas creando estrategias y contenidos establecidos según la necesidad de la empresa.



Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

En una de las capacitaciones impartida por la epesista Josselyn Villavicencio.

ESTRATEGIA

Creación de línea gráfica y contenidos para cada área der servicios de la empresa, en la que se publicará semanalmente en día específico y hora para llamar la atención de los clientes actuales y potenciales, donde los temas de igual forma se asociará según las necesidades de la empresa de mostrar sus servicios con contenido relevante que llame la atención de clientes actuales y potenciales.

Esto nos dará; visibilidad, que la marca se de a notar y tráfico de web.



Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

En la primera imagen está el Director Comercial Roberto González de la empresa GBK Servicios y Producciones S.A., seguido de ello Epesista Josselyn Villavicencio y por último parte de la presentación que se impartió, dónde se les muestra la importancia de utilizar las redes sociales y cómo se haría.

- Segunda

Epesista: Josselyn Fabiola Villavicencio

Director Comercial, Lic. Roberto González, Directora de Operaciones, Licda. Paola Domínguez.

Capacitación: presentación de líneas gráficas y contenidos para cada una de las áreas de la empresa GBK Servicios y Producciones S.A. (consulting, events, marketing, training) y para cada una de las redes sociales que esta empresa tiene (LinkedIn, Facebook, Instagram).

Contenidos por semana, día y hora.

Semana 1			
Consulting			
Red Social	Hora	Día	Contenido
Instagram	2:00 PM	Martes	Post de incitación para ver bolsa de empleos en Facebook. Sabías que GBK Group todos los lunes tiene contenido de empleos en su página de Facebook. #Consulting
LinkedIn	3:00 PM	Martes	Post para estar pendientes de los lunes de bolsa de empleos. Lunes GBK empleos desde su portal de Facebook, aquí te dejamos el link ...#Consulting
Facebook	2:15 PM	Martes	Compartir al menos 10 publicaciones de empleos de diferentes compañías.
Instagram	4:00 PM	Martes	Post de tips para CV. Resalta habilidades y experiencias, redactarse en una página, especificar puestos ocupados, misiones y tareas realizadas, especificar nivel de tus habilidades, incluir información de contacto, realizarlo en formato internacionales y en varios idiomas.
Facebook	4:15 PM	Martes	Post de tips para CV. Resalta habilidades y experiencias, redactarse en una página, especificar puestos ocupados, misiones y tareas realizadas, especificar nivel de tus habilidades, incluir información de contacto, realizarlo en formato internacionales y en varios idiomas.

LinkedIn	4:45 PM	Martes	Post de tips para CV. Resalta habilidades y experiencias, redactarse en una página, especificar puestos ocupados, misiones y tareas realizadas, especificar nivel de tus habilidades, incluir información de contacto, realizarlo en formato internacionales y en varios idiomas.
Eventos			
Instagram	11:00 AM	Miércoles	Post de diferentes tipos de eventos empresariales por GBK Group (Seminarios, Congresos, Convenciones, Ferias, Speakers internacionales).
Facebook	11:15 AM	Martes	Post de diferentes tipos de eventos empresariales por GBK Group (Seminarios, Congresos, Convenciones, Ferias, Speakers internacionales).
LinkedIn	11:45 AM	Martes	Post de diferentes tipos de eventos empresariales por GBK Group (Seminarios, Congresos, Convenciones, Ferias, Speakers internacionales).
Marketing			
Instagram	11:00 AM	Jueves	Post de Marketing digital. Web social - Una empresa puede tener ideas geniales, pero si no logra responder a las necesidades de los usuarios difícilmente obtenga buenos resultados. Silvina moschini
Facebook	11:15 AM	Jueves	Post de Marketing digital. Web social - Una empresa puede tener ideas geniales, pero si no logra responder a las necesidades de los usuarios difícilmente obtenga buenos resultados. Silvina moschini

LinkedIn	11:45 AM	Jueves	Post de Marketing digital. Web social - Una empresa puede tener ideas geniales, pero si no logra responder a las necesidades de los usuarios difícilmente obtenga buenos resultados. Silvina moschini
Training			
Instagram	9:00 AM	Viernes	Post de cursos gratuitos de Tutellus desde nivel básico hasta avanzado.
Facebook	9:15 AM	Viernes	Post de cursos gratuitos de Tutellus desde nivel básico hasta avanzado.
LinkedIn	9:45 AM	Viernes	Post de cursos gratuitos de Tutellus desde nivel básico hasta avanzado.

Elaborado: Epeista Josselyn Villavicencio

Semana 2			
Consulting			
Red Social	Hora	Día	Contenido
Instagram	2:00 PM	Lunes	Post de incitación para ver bolsa de empleos en Facebook. Hoy GBK empleos al seguir este link ----
Facebook	2:30 PM	Lunes	Compartir al menos 10 publicaciones de empleos de diferentes compañías.

LinkedIn	3:00 PM	Lunes	Post para estar pendientes de los lunes de bolsa de empleos. Hoy lunes de consulting con GBK empleos al seguir este link --
Instagram	4:00 PM	Lunes	Post de una tendencia en empleos. Cada día la tecnología permite trabajar casi desde cualquier parte, las empresas empiezan a tener una parte de la planilla fuera de la oficina.
Facebook	4:15 PM	Lunes	Post de una tendencia en empleos. Cada día la tecnología permite trabajar casi desde cualquier parte, las empresas empiezan a tener una parte de la planilla fuera de la oficina.
LinkedIn	4:45 PM	Lunes	Post de una tendencia en empleos. Cada día la tecnología permite trabajar casi desde cualquier parte, las empresas empiezan a tener una parte de la planilla fuera de la oficina.
Eventos			
Instagram	11:00 AM	Martes	Tips para organizar un Congreso
Facebook	11:15 AM	Martes	Tips para organizar un Congreso
LinkedIn	11:45 AM	Martes	Tips para organizar un Congreso
Marketing			
Instagram	11:00 AM	Jueves	Post de Marketing digital. Evolución del Marketing -

Facebook	11:15 AM	Jueves	Post de Marketing digital. Evolución del Marketing -
LinkedIn	11:45 AM	Jueves	Post de Marketing digital. Evolución del Marketing -
Training			
Instagram	9:00 AM	Viernes	Post de cursos gratuitos de Google actíivate sobre Marketing.
Facebook	9:15 AM	Viernes	Post de cursos gratuitos de Google actíivate sobre Marketing.
LinkedIn	9:45 AM	Viernes	Post de cursos gratuitos de Google actíivate sobre Marketing.

Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio

Semana 3

	Consulting		
Red Social	Hora	Día	Contenido
Instagram	2:00 PM	Martes	Post de incitación para ver bolsa de empleos en Facebook.
Facebook	2:30 PM	Martes	Compartir al menos 10 publicaciones de empleos de diferentes compañías.
LinkedIn	3:00 PM	Martes	Post para estar pendientes de los lunes de bolsa de empleos.

Instagram	4:00 PM	Martes	Post de un formato de empleo. https://es.scribd.com/doc/7927606/Solicitud-de-Empleo
Facebook	4:15 PM	Martes	Post de un formato de empleo. https://es.scribd.com/doc/7927606/Solicitud-de-Empleo
LinkedIn	4:45 PM	Martes	Post de un formato de empleo. https://es.scribd.com/doc/7927606/Solicitud-de-Empleo
	Eventos		
Instagram	11:00 AM	Miércoles	Post de un tip de un Seminario.
Facebook	11:15 AM	Miércoles	Post de un tip de un Seminario.
LinkedIn	11:45 AM	Miércoles	Post de un tip de un Seminario.
	Marketing		
Instagram	11:00 AM	Jueves	Post de Marketing digital. Herramientas de la web para hacer Marketing -
Facebook	11:15 AM	Jueves	Post de Marketing digital. Herramientas de la web para hacer Marketing -
LinkedIn	11:45 AM	Jueves	Post de Marketing digital. Herramientas de la web para hacer Marketing -

Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio

En la segunda capacitación con los directores Comercial y de Operaciones se muestra ya los contenidos, líneas gráficas y fechas por semana.



Fuente: Epesista Josselyn Villavicencio

Segunda capacitación en la sala de juntas de la empresa.

- Estrategia 2

Fortalecer redes sociales

- Objetivo comunicacional

Se dio a conocer diferentes servicios que GBK Servicios y Producciones S.A. provee a sus clientes.

- Descripción:

Se realizó imágenes para soportar las publicaciones creadas para cada área de la empresa GBK Servicios y Producciones S.A. y para cada red social de la misma.

- Acciones desarrolladas

Se hizo 72 artes, 24 para Facebook (940x788), 24 para Instagram (1080x1080), 24 para LinkedIn (320x272). Cada una se difundió en la red social adecuada.

TIPOS DE EVENTOS

**Ferias
Speakers
internacionales
Seminarios
Convenciones
Congresos**



Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio
Arte para Facebook (940x788px), y para el área de eventos.



La creación de los planes de marketing surge ahora de las necesidades de los clientes, sus inquietudes, la tendencia de su actividad, la integración en sus hábitos y costumbres digitales.

Evolución hacia un entorno digital - Rebato, C. (2015).

MARKETING DIGITAL

GBK Group



Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio
Arte para Instagram (1080x1080px), y para el área de Marketing.



#Bolsadeempleos

Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio
Arte para LinkedIn (320x272px), y para el área de consulting.



"El mayor enemigo del conocimiento no es la ignorancia, es la ilusión del conocimiento".

STEPHAN HAWKING

Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio
Arte para LinkedIn (320x272px), y para el área de training.

Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio
Calendario en un Power Point para saber cuándo, cómo y en qué red social se debe publicar.

○

GBKGroup
 Publicado por Lucas Caminante [?] · 20 h · 🌐

¡Cada evento tiene un propósito!
 #GBKGroup #OneCompanyManySolutions #Events
 #TiposdeEventosGBK

TIPOS DE EVENTOS

Ferias
 Speakers internacionales
 Seminarios
 Convenciones
 Congresos

GBK
EVENTS

FERIAS
 Son las más eficientes estrategias de marketing empresarial, ya que te permite crear una barrera de entrada a tu negocio y facilitar la interacción entre sus usuarios.

SPEAKERS INTERNACIONALES
 Más que solo un discurso, es el elemento más importante de una reunión o conferencia a un nivel profesional.

SEMINARIOS
 Cada sesión se realiza con una duración de 30 minutos, una hora o dos horas, dependiendo de la complejidad del tema a tratar.

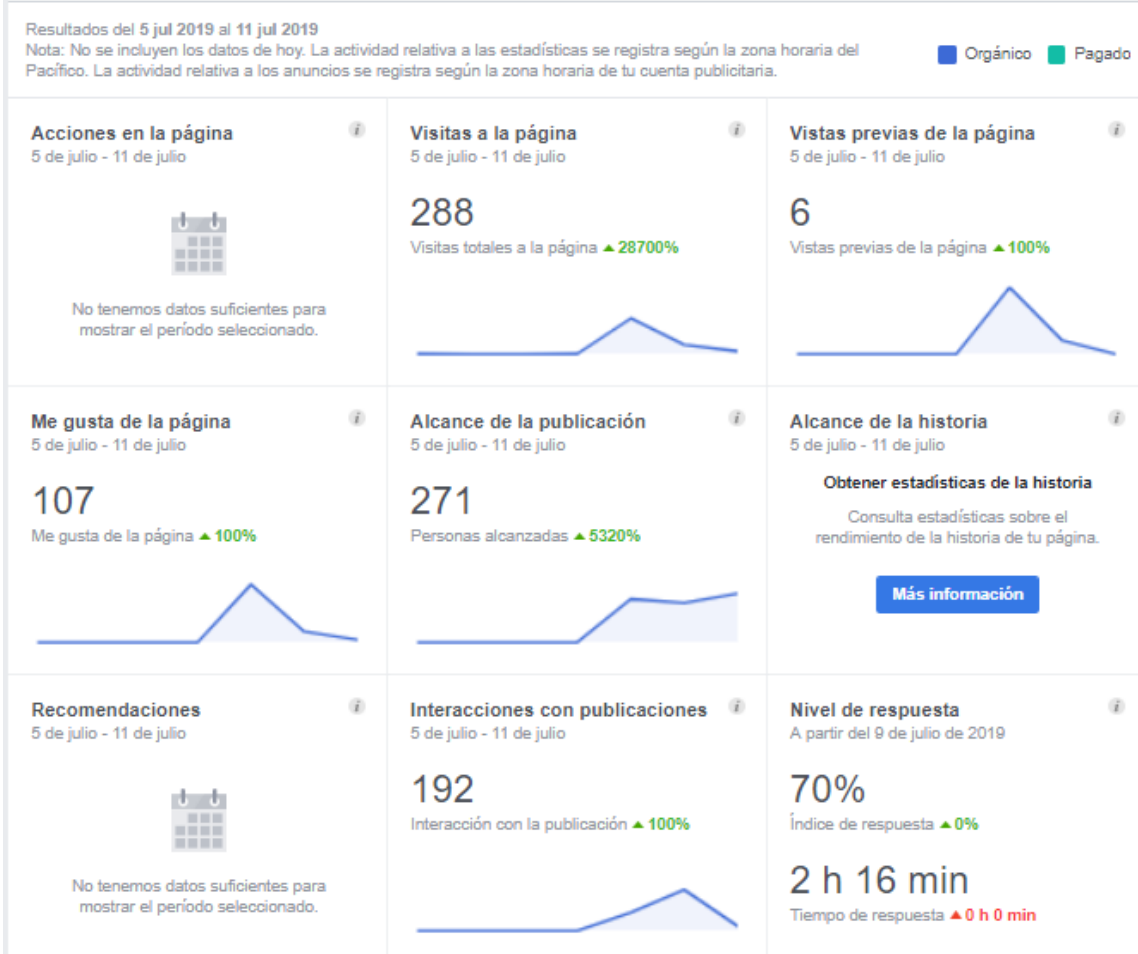
115 Personas alcanzadas 53 Interacciones [Promocionar publicación](#)

👍❤️ 42 1 comentario

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir ⌵

Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio

Esta es una de las publicaciones en la cuenta de Facebook.



Fuente: Facebook de GBK Group
 Estadísticas de la primera semana con nuevas publicaciones en Facebook.



Fuente: Instagram de GBK Group
 Publicaciones realizadas en Instagram.

Publicado por Gerencia Ventas GBK • 9/7/2019 • Patrocínalo ahora

 **GBK Group**
13 seguidores
ahora

¿Estás buscando empleo? GBKGroup te lo facilita, al seguir el siguiente link encontrarás una serie de empleos cada martes...<https://lnkd.in/efCxxf5>
#GBKGroup ... ver más





#Bolsadeempleos

GBK GROUP

Fuente: LinkedIn de GBK Group

Una de las publicaciones que se hizo en LinkedIn.

3.3. Cronograma de Actividades

ACTIVIDAD	Enero		Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio			
Semana	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
Observación del problema																										
Recopilación de datos																										
Planteamiento de objetivos																										
Inducción de redes sociales																										
Realización de encuestas, y recopilación de datos.																										
Elaboración del diagnóstico																										
Entrega de diagnóstico																										
Recopilación de antecedentes comunicacionales																										
Planteamiento de objetivos																										
Grupo objetivo y mensaje																										
Estrategias y acciones																										
Presupuesto y financiamiento																										
Anexos																										
Presentaciones																										
Elaboración de material digital																										
Administración de redes sociales																										
Elaboración de informe de ejecución de prácticas																										

3.4. Control y Seguimiento

Estrategia	● Fortalecimiento de la Comunicación Interna	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Se brindó información acerca de la importancia de la utilización de las redes sociales y de tener una estrategia para crear líneas gráficas y contenidos.	Esta información se difundió en un 100% en cuanto a dirección de la empresa GBK Servicios y Producciones S.A.	Al haber hecho estas reuniones, los gerentes de GBK Servicios y Producciones S.A. comprendieron la importancia de utilizar las redes sociales para su beneficio y el de sus seguidores, tener estrategias y una línea gráfica de contenidos para que los usuarios le den seguimiento a lo que se publica.

Estrategia	● Fortalecer Redes Sociales	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Se reforzó con material digital el mensaje para cada una de las publicaciones que necesitaba según el área o servicio de GBK Servicios y Producciones S.A., utilizando tamaños adecuados para cada red social.	El material digital utilizado para reforzar mensajes, fue verificado y aprobado en un 100% por gerencia de GBK Servicios y Producciones S.A., personas alcanzadas en redes sociales aumentó en un 10% cada semana.	El material digital ayuda a reforzar el mensaje en cada una de las publicaciones para que los usuarios puedan tener una idea más clara de los servicios que GBK Servicios y Producciones S.A. provee.

Estrategia	● Fortalecer de Redes Sociales	
Objetivo	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Se brindó información, recomendaciones por cada una de las áreas o servicios que la empresa GBK Servicios y Producciones S.A. Provee, a través de las redes sociales (Facebook, LinkedIn e Instagram).	El contenido utilizado según cada área de servicios de GBK Servicios y Producciones S.A. era visualizada por su gente en un 70%, esto hizo que sus redes sociales ganaran más seguidores y que estos tuviesen más interacción dentro de las mismas en un 20%. También hubo más contacto directo con GBK Servicios y Producciones S.A. en un 45%.	El manejo de las redes sociales es un medio eficaz que llega a muchas personas, se publicó contenidos de interés general y al mismo tiempo que los seguidores conocieran más de GBK Servicios y Producciones S.A., para que estos a mediano o largo plazo contraten servicios de la empresa.

CONCLUSIONES

Directores de la empresa GBK Servicios y Producciones S.A. ahora conocen la importancia de la utilización de la redes sociales, para el beneficio de ellos mismos como el de sus clientes actuales y potenciales.

Se dejó establecidos contenidos para cada área comercial de la empresa (Consulting, Events, Marketing, Training), así mismo líneas gráficas para que sus empleados y clientes no confundan los diferentes servicios y productos que ellos ofrecen.

Los Artes se compartieron con el Director Comercial Roberto González y la Directora de Operaciones Paola Domínguez, además de una guía de qué tipo de material se estaba utilizando y cómo hacerlo, para el uso interno de la empresa y puedan continuar con este proyecto.

Ahora los clientes de GBK Group están más familiarizados con los contenidos que la empresa publica, y ahora que esta tiene más presencia en las redes sociales ellos se ven más abiertos a entablar una conversación utilizando estas herramientas y así contratar sus servicios sin ser tan formales como el utilizar un correo electrónico.

RECOMENDACIONES

Fomentar la utilización de las herramientas tecnológicas, que además de ser gratuitas son bastante accesibles para los clientes y para la empresa, donde ambos salen ganando, ya que la mayoría de las personas cuentan con al menos una red social.

Las guías que se compartieron con los directores que sea de ayuda para la siguiente persona que vaya a manejar sus redes sociales, que no se pierda la línea que se creó, y que los contenidos sigan teniendo un hilo conductor para no caer en desinformación o desorden.

Incentivar a los clientes de GBK Servicios y Producciones S.A. a interactuar por medio de las redes sociales, compartir información que sea de su interés y al mismo tiempo que las cuentas tengan nuevas visitas tras el tráfico de datos y lograr nuevos clientes a largo plazo.

Que la empresa GBK Group se interese en crear Artes para sus propias cuentas de redes sociales, ya que están sirven de apoyo dependiendo del mensaje que se quiera hacer llegar a los usuarios, de cada una de las redes sociales y para cada área en específico.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acción: Hecho, acto u operación que implica actividad, movimiento o cambio. Ejercicio de la posibilidad de hacer.

Alianza: Pacto o unión entre personas, grupos sociales o estados para lograr un fin común.

Amenaza: Cosa o persona que constituye una posible causa de riesgo o perjuicio para alguien o algo.

Antecedentes: Describe datos, cambios importantes desde el principio y tiene una historia con el tiempo. Acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores.

Asociaciones: Relación mental que se establece entre dos conceptos, ideas o recuerdos que tienen algo en común o entre las cuales se puede establecer una implicación intelectual o sugerida.

Calendario: Sistema de división del tiempo por días, semanas, meses y años, fundamentalmente a partir de criterios astronómicos o de acuerdo con el desarrollo de alguna actividad.

Capacitación: Instruir o educar a alguien para que esta adquiera habilidades para el desarrollo de determinadas acciones.

Cliente: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente.

Community Manager: Es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, cualquier usuario interesado en la marca.

Comunicación: Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

Consulting (Consultoría): Entidad dedicada a asesorar empresas en asuntos como el marketing, la organización, etc...

Cronograma: Representación gráfica de un conjunto de hechos en función de tiempo.

Datos: Información concreta sobre hechos, elementos, etc... que permite estudiarlos, analizarlos, o conocerlos.

Debilidades: Falta de fuerza o energía moral. Ausencia de fortaleza.

Departamentos: Sección en que está dividida una institución u organización.

Descripción: Discurso oral o escrito en el que se explica cómo es una cosa, una persona o un lugar para ofrecer una imagen o una idea completa de ellos.

Desktop: Ordenador de sobremesa o escrito de escritorio.

Diagnóstico: Es el proceso de reconocimiento, análisis y evaluación de una cosa o situación para determinar sus tendencias, solucionar un problema o remediar un mal.

Ejecución: Realización de una acción, en cumplimiento de un proyecto, un encargo o una orden.

Encuesta: Serie de preguntas que se hace a muchas personas para reunir datos o para detectar la opinión pública sobre un asunto determinado.

Estereotipo: Idea, expresión o modelo de cualidades o de una conducta.

Estrategia: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

Events (Eventos): Acontecimiento, especialmente si es de cierta importancia.

Federación: Organismo o entidad resultante de esta unión o asociación.

Financiamiento: Mecanismo por el cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que este lleve a cabo un proyecto.

Fortaleza: Es una fuerza física y moral que permite al individuo se fuerte, en una empresa es algo que se sobresale.

Gráficas: Representación de datos, generalmente numéricos, mediante recursos visuales.

Gremiales: Agrupación de trabajadores que comparten un mismo oficio o profesión y un mismo status social.

Informe: Exposición oral o escrita sobre el estado de una cosa o de una persona, sobre las circunstancias que rodean un hecho.

Institución: Organismo público o privado que ha sido fundado para desempeñar una determinada labor cultural, científica, política o social.

Instrumentos: Cualquier medio, cosa o persona, de que alguien se sirve para un fin.

Interpretación: Es el hecho de que un contenido sea comprendido o traducido a una nueva forma de expresión.

Laptop: Computadora portátil de peso y tamaño ligero, su tamaño es aproximado a un portafolio.

Marketing: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Mensaje: Noticia o comunicación que un apersona envía a otra o pone en su conocimiento.

Metodología: Conjunto de técnicas que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición.

Misión: Trabajo, función o encargo que alguien debe cumplir.

Objetivo: Hace juicios de valor atendiendo a los hechos y la lógica, y no a los propios sentimientos o sensaciones.

Oportunidades: Conjunto de productos que se ofrecen en condiciones muy ventajosas.

Organigrama: Representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución.

Plan: Programa en el que se detalla el modo y conjunto de medios necesarios para llevar a cabo esa idea.

Presupuesto: Conjunto de los gastos e ingresos previstos para un determinado período de tiempo.

Productos: Cosa producida natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación.

Proyecto: Idea de una cosa que se piensa hacer y para el cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios.

Público: Grupo de personas atentas a lo dicho o hecho o para que sea difundido y conocido por la gente.

Radiografía: Imagen del interior del organismo, persona o cosa.

Recopilación: Extracto, recapitulación o una selección de datos o textos del mismo tipo.

Recursos: Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o para llevar a cabo una empresa.

Redes Sociales: son sitios de internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común.

Rentabilidad: Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata de rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.

Servicios: Trabajo, especialmente cuando se hace para otra persona.

Sinopsis: Esquema o exposición gráfica de los puntos generales de un tema o materia.

Smartphone: Teléfono celular con pantalla táctil, que permite al usuario conectarse a internet, gestionar cuentas de correo electrónico e instalar otras aplicaciones y recursos a modo de pequeño computador.

Tangible: Que se puede percibir de manera clara y precisa.

Técnicas: Conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, en una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad.

Training (Formación o capacitación): Nivel de conocimientos que una persona posee sobre una determinada materia.

Ubicación: Situación o lugar en el que se encuentra una cosa.

Virtual: Que solamente existe de forma aparente y no es real.

Visión: Percepción de las realidades físicas a través de la vista.

Web: Conjunto de información que se encuentra en una dirección determinada de internet.

BIBLIOGRAFÍA

Gómez, D. R. (s.f.). Metodología de la investigación. Cataluña: UOC.

R. Hernández Sampieri, C. F. (2006). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill .

Ruiz, R. (2007). El método científico y sus etapas. México .

Mazariegos, M. (2017). GUÍA DE NORMAS APA para la división de desarrollo académico. Guatemala.

Herrera, H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN SOCIAL NETWORKS: A NEW DIFUSIÓN TOOL. Costa Rica.

Gómez, A. M. (23 de Junio de 2015). *El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social*. Obtenido de MediSur:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2015000400004

Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación* . México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Valdés, D. C. (Marzo de 2015). *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de Revista Universidad y Sociedad: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000100004

Morone, G. (2013). Métodos y técnicas de la investigación científica. *Documento de trabajo*. Valparaíso, Chile: Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Sistema de Biblioteca.

E GRAFÍA

(GBK Group, s.f.) <http://gbk.company/>

(LinkedIn GBK Group, s.f.) <https://www.linkedin.com/company/gbk-group>



(Instagram GBK Group, s.f.) <https://www.instagram.com/gbk.group/?hl=es-la>

(Metodología 02, s.f.) <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

(IABSpain, s.f.) https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-anual-redes-sociales-iab-spain-2019_vreducida.pdf

(RAE, s.f.) <https://dle.rae.es/?id=2mDqfIZ>

ANEXOS

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Uso de redes sociales. Los datos obtenidos servirán para la realización de mi proyecto final del Ejercicio Profesional de Licenciatura -EPS-.

Marque con una X la respuesta que considere adecuada.

1. Sexo: M F Edad: _____

2. ¿Haces uso de una Red Social? SI: _____ NO: _____

3. ¿Cuántas horas diarias inviertes en internet? 0 a 5 _____ 6 a 10 _____ 11 a 15 _____

4. ¿Qué dispositivo utilizas para conectarte a una red?
Smartphone _____ Tablet _____ Computadora _____

4. ¿Qué red utilizas con más frecuencia? Facebook: _____ Instagram: _____ LinkedIn _____

5. ¿De 1 a 10, qué tan fácil es obtener información desde la web?
Dónde 10 es más fácil y 1 más difícil.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

6. ¿Buscas en internet páginas que prestan servicios? SI: _____ NO: _____

Elaborado: Epsista Josselyn Villavicencio

Encuesta utilizada durante el diagnóstico para determinar ciertas variables, como el uso de las redes sociales.



Fuente: Epsista Josselyn Villavicencio
Foto de una de las personas encuestadas.



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Con el objeto de recaudar mayor información sobre el manejo de redes sociales de la empresa GBK Servicios y Producciones S.A. se realiza la siguiente entrevista:

Fecha: 09/02/2019

Entrevistado: Lic. Roberto González

Director Comercial de GBK Servicios y Producciones S.A.

¿Cuál considera usted es la importancia de las redes sociales de una empresa?

Yo sé que las redes sociales son muy importantes para una empresa, ya que todos utilizamos ya sea Facebook siendo la red social más conocida para informarnos de lo que sucede actualmente a nuestro alrededor, como compañía me gustaría empezarlas a manejar sin embargo no tenemos una estrategia para saber qué contenidos manejar, ya que en un tiempo se utilizaron pero parecen un poco desordenas por las 4 áreas que manejamos.

¿Considera que la utilización de las redes sociales trae cierto beneficio?

¿Por qué?

Sí, porque uno puede mostrar a la compañía como tal y que nuestros clientes conozcan más de nosotros, sin embargo para nosotros las redes sociales no son prioridad, sino antes está cubrir nuestros servicios y productos que ofrecemos. Sin embargo, para tener estos clientes nosotros vamos de puerta en puerta y no esperamos que alguien nos busque, lo cual si se podría lograr si utilizaríamos las redes sociales.

¿Por qué se crearon las 3 redes sociales con las que cuenta la empresa?

Estas en un principio se crearon solo como requisito, para vernos más confiables con nuestros clientes, ya que en el mundo actual todas las empresas incluso pequeñas tienen una red social.

Elaborado: Epeista Josselyn Villavicencio
Entrevista con el Director de la empresa GBK Servicios y Producciones, Lic. Roberto González Bekker.

Manual para manejar redes sociales de GBK

Martes – Consulting

Miércoles – Events

Jueves – Marketing

Viernes – Training

Estos son los días estipulados para publicar para cada área

Contenidos:

- Consulting

Publicar uno de los artes de bolsa de empleos en cada una de las redes sociales, dónde se incluya ver los empleos que se deben compartir después. Las publicaciones de empleos se comparten de varias páginas de Facebook como: Tecoloco, Páginas amarillas, Perfect profile, Talento, Empleo Guatemala, G&T Continental, Cemaco, Call centers.

Links con material:

<https://www.facebook.com/EmpleoGuatemala/>

https://www.facebook.com/Perfect_Profile.gt/

<https://www.facebook.com/TalentoYEstrategiaGT/>

Instagram

Linkedin

Facebook

Ej:

Instagram



Ej:

LinkedIn



Ej:

Facebook



- Events

Publicar desde los tipos de eventos que GBK ofrece, cuál es la importancia de cada uno hasta tener recomendaciones o tips para eventos.

Ej:

Instagram



LinkedIn



Facebook



- Marketing

Publicar material sobre Marketing digital y pensamientos de personas reconocidas que tengan que ver con Marketing.

Ej:

Instagram



LinkedIn



Facebook



- Training

Publicar material sobre cursos en línea que tengan que ver con tecnología y pensamientos de personas muy reconocidas sobre tecnología.

Links con material:

<https://cursosgratisonline.com/mooc/>

https://www.sportuniverse.com/2016/12/cursos-google-actuate-son-certificados-2017.html#curso_online

<https://noticias.universia.es/cultura/noticia/2016/06/07/1140485/6-cursos-online-gratuitos-marketing-digital.html>

<https://www.tutellus.com/iniciar-sesion>

Ej:

Instagram



LinkedIn



Facebook




Elaborado: Epesista Josselyn Villavicencio
Manual de redes sociales compartido con los Directores Comercial y de Operaciones.



Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

Nombre del Alumno (a): Josselyn Fabiola Villavicencio Carney
No. Carné y DPI: 201468100/3037851790110
Jefe o Encargado (a): Lic. Roberto González, Director Comercial.
Institución o Empresa: GBK Servicios y Producciones, S.A.
Supervisor de EPSL: Licda. Krista Ramírez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 13 / Al: 19	Mayo	6	6	6	6	6	0	30 hrs.
2	Del: 20 / Al: 22	Mayo	6	6	6	6	6	0	30 hrs.
3	Del: 27 / Al: 01	Mayo	6	6	6	6	6	0	30 hrs.
4	Del: 03 / Al: 08	Junio	6	6	6	6	6	0	30 hrs.
5	Del: 10 / Al: 15	Junio	6	6	6	6	6	0	30 hrs.
6	Del: 17 / Al: 22	Junio	6	6	6	6	6	0	30 hrs.
7	Del: 24 / Al: 29	Junio	6	6	6	6	6	0	30 hrs.
8	Del: 01 / Al: 06	Julio	6	6	6	6	6	0	30 hrs.
9	Del: 08 / Al: 13	Julio	6	6	6	6	6	0	30 hrs.
10	Del: 15 / Al: 20	Julio	6	6	6	6	6	0	30 hrs.
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									30 hrs.

(f) 
Lic. Roberto González, Director Comercial

(f) 
Licda. Krista Ramírez Supervisor EPSL



Ficha de hora de prácticas que realizó epesista Josselyn Villavicencio