

# PRÁCTICA PROFESIONAL SUPERVISADA



A L U M N A SEJAS BRIZUELA , BARBARA ALICIA

L E G A J O 6780

P R O Y E C T O ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL

E M P R E S A DULCE MARKETING

T U T O R ABALAY ADRIAN



**Anexo VI Res. Nº 122 / 12 CD – Reglamento General de PPS**

**PRÁCTICAS PROFESIONALES SUPERVISADAS (PPS)**

**INFORME FINAL DE PPS**

**DATOS IDENTIFICATORIOS DE LA PS**

**CARRERA:** Ingeniería Industrial

**DATOS DEL ALUMNO**

Apellido y Nombres: Sejas Brizuela, Barbara Alicia.

DNI / DU / CI N°: 39396387

Legajo UTN N°: 6780

Domicilio: Arroyo 295, Rama Caída.

**DATOS DE LA EMPRESA (organización o institución)**

Empresa: DULCE MARKETING

Representante Legal: Abalay Adrian.

Ocupación Principal: Titular.

Domicilio Legal: Chile 256.

Domicilio Físico: Chile 256.

**SUPERVISIÓN DE LA PPS**

Supervisor de la PS: Jesica Elizabeth Romero.

Tutor de la Empresa: Abalay Adrian.

**REFERENCIAS NORMATIVAS**

Resoluciones N° 1232/01 y 1054/02 – Ministerio de Educación, Ciencia y Técnica de la Nación

Ordenanzas N° 973 y 1022 – Consejo Superior Universitario de la UTN

Resolución N° 122 / 2012 – Consejo Directivo de la FR San Rafael de la UTN

**INTRODUCCIÓN**

Con la necesidad de adquirir experiencia en el ámbito laboral dentro de una empresa se realizará las PPS (Prácticas Profesionales Supervisadas) para obtener nuevos conocimientos y aplicar la teoría adquirida durante el cursado de la carrera de ingeniería industrial, esta experiencia, además, ha brindado conocimientos sobre la industria de bebidas, diseño de planes de mantenimiento y organización de la empresa; enfocándonos en el proceso de la industria cervecera.

## OBJETIVOS

### OBJETIVOS GENERALES

Analizar, evaluar y valorizar los puestos de trabajo expresando competencias en el servicio de publicidad y marketing.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar situación actual de los cargos e información que hay de los mismos.
- Identificar el proceso y operaciones.
- Analizar cargos.
- Eliminar tareas duplicadas.
- Determinar responsabilidades y deberes.
- Identificar y determinar el método para descripción de cargos u ocupaciones.
- Proponer y determinar tareas para cada función.

#### Descripción de actividades:

Descripción general de la empresa.....	3
Listado de cargos .....	3
Síntesis de la actualidad de la empresa por puestos .....	4
Organigrama.....	6
Asignación del modelo de diseño de puestos .....	7
Análisis y descripción de cargos .....	7
Flujo de trabajo .....	24
Conclusiones sobre el proyecto .....	26
Conclusiones personales.....	26

#### Descripción general de la empresa

Dulce marketing es una empresa que surge en el año 2015 con dos socios, iniciando su actividad ofreciendo servicio audiovisual y branding, también conocido como gestión de marca, y dirigió, en 2019, su servicio al desarrollo integral de redes sociales. Desde entonces, la continua evolución de sus capacidades le permitió sostener el crecimiento empresario necesario para incorporar mayor cantidad de marcas, actualmente, brinda este servicio a 32 marcas.

#### Listado de cargos

La empresa está compuesta de la siguiente forma:

Brand Manager (1): conformado por una persona, uno de los socios fundadores, encargado de brindar el servicio de gestión de imagen, es decir, lleva a cabo las acciones adecuadas para posicionarla en el mercado, transmitiendo y comunicando la misión, la visión y los valores.

Comercial y ventas (1): conformado por una persona, uno de los socios fundadores, encargado de buscar y captar nuevos clientes, explicar y enviar presupuesto a los mismos.

Social media manager (1): también llamado gestor de redes sociales, es el encargado de crear, introducir y liderar la estrategia de una empresa en las redes sociales, además de diseñar su presencia en los medios sociales.

Contador público (1): lleva la contabilidad de la organización para cuidar la salud financiera. Elaborando distintos documentos y análisis para ello.

Account manager/ community manager (3): responsable por la gestión de los clientes de una compañía, creando conexiones entre la compañía y su comunidad.

Paid media specialist (1): también llamado especialista en medios de pago, diseña e implementa estrategias de marketing que posibilitan llegar a usuarios y consumidores a través de los canales digitales, en este caso a través de la publicidad.

Diseñador gráfico (3): realiza bocetos, dibujos y diseños; ya que tiene como principal objetivo plasmar en imágenes los mensajes que se quieren transmitir.

Imagen y video (1): realiza contenido audiovisual, con objetivos específicos y focos definidos.

### Síntesis de la actualidad de la empresa por puestos

La obtención de datos se hizo a través del método mixto, es decir, mediante la observación directa y entrevista. Y solo está enfocado en el servicio de redes, su principal servicio.

Mediante la observación directa trae aparejadas ciertas ventajas, tales como: veracidad de datos obtenidos, no se paraliza al ocupante del puesto y era ideal ya que los puestos son sencillos y repetitivos.

Como segunda fuente de información se realizó una encuesta con preguntas y respuestas verbales entre el analista y el ocupante del puesto. Esto conlleva a tener datos del puesto a través de personas que mejor lo conocen, con la posibilidad de discutir y aclarar dudas, proporcionando mayores resultados en el análisis.

A continuación, daremos una síntesis de la información recolectada en cada puesto mediante este método:

### Social media manager (SMM)

- Realiza reuniones con clientes con la participación del community manager.

- Realiza y está atento a las campañas de publicidad, asignándole acceso al PMS para que cargue la campaña.
- Está pendiente de las tareas que realizan los diseñadores y los community manager.
- En el proceso de realización de contenido, valida las gráficas, sin conocimiento de estéticas de cada marca.
- Supervisan las planificaciones, sin haber realizado ni tener conocimiento de la estrategia.
- Soluciona bloqueos o inconvenientes que pueden surgir en la promoción de redes.
- Da acceso (usuario y contraseña) a las redes sociales de las nuevas marcas al community manager.

### Account manager/ community manager

- Realiza planificación sin tener estrategias claras y sin ayuda por ninguna de las partes.
- Encargado de coordinar, verificar y hacer seguimiento del contenido audiovisual.
- Tiene comunicación directa con el cliente, entre las más importantes: explica lo que se trabajara en la semana, valida, interviene en caso de que surjan conflictos, despeja duda, coordina para visitas del fotógrafo, planifica mediante llamada o presencial lo que se trabajara en el mes.
- Mediante una reunión enseña/expone la planificación de todas las marcas que tiene a su cargo al SMM.
- Constante búsqueda de ideas creativas y de calidad para cada marca.
- Pendiente de la plataforma donde se gestiona el trabajo.
- Redacta y publica/programa el contenido.
- Valida gráficas.
- Está atento a cada detalle y situación.

### Paid Media Specialist (PMS)

- Carga los datos de segmentación obtenidos por el SMM y el community manager.
- Elabora y configura las campañas pagas a través redes sociales.
- Gestionar con eficiencia y efectividad el presupuesto destinado a las plataformas publicitarias de las redes sociales, que funcionan como la subasta de anuncios de Google.
- Optimizar las campañas pagas mediante la continua atención y el monitoreo de los anuncios sobre la base del comportamiento del consumidor.

### Contador público

- Realiza cobros a los clientes.
- Pago a empleados.
- Hace auditorías financieras para los socios.
- Asesorar en materia financiera a los socios.
- Documentar informes financieros.
- Elaborar informes financieros y tributarios.

### Diseñador gráfico

- Mantenerse al tanto de las últimas tendencias en diseño.
- Utiliza bancos de fotos, ilustraciones existentes y guías tipográficas.
- Conoce a fondo las necesidades del cliente, preferencias y saber qué esperan del diseño que van a adquirir.
- Usan diferentes programas.
- Estar atento a la plataforma de gestión de trabajo.

### Imagen y video

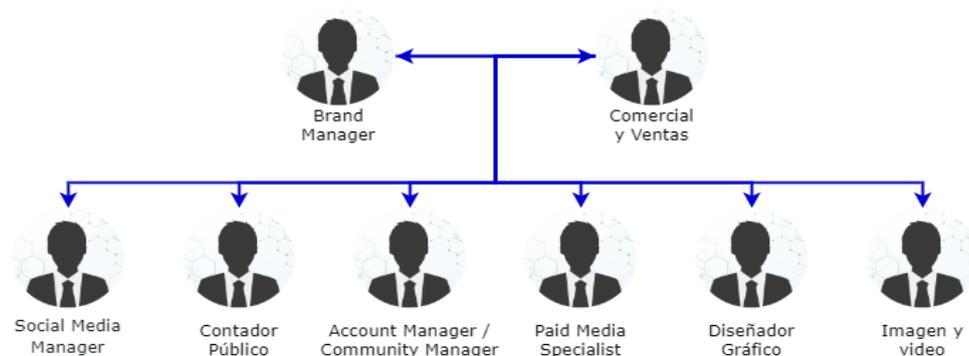
- Realizar y editar el contenido audiovisual.
- Archivar y enviar el contenido al community manager.

### Organigrama

La empresa contaba con un organigrama donde no reflejaba ni se basaba en un enfoque específico o coherente, por lo que se planteó un organigrama que representara las responsabilidades y relaciones entre los distintos niveles, dándole visualización y estructura a la entidad.

### Organigrama actual

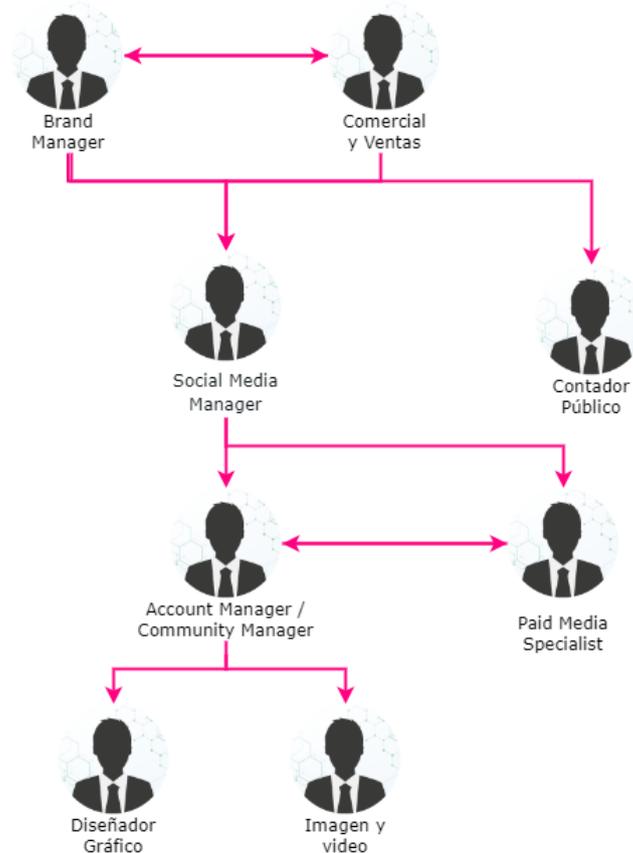
El mismo fue planteado por la empresa, dándole esta estructura basado en el pago que percibirían cada empleado, es decir lo mismo para todos, no reflejando las tareas y responsabilidades de cada puesto.



Fuente: elaboración propia

### Organigrama propuesto

Se propone un organigrama funcional, donde se hace enfoque en las funciones y responsabilidades de cada área, como se mencionó con anterioridad.



Fuente: elaboración propia

### Asignación del modelo de diseño de puestos

Para desarrollar el diseño de puestos se escogió el modelo situacional, ya que, tiene un enfoque moderno y amplio, que toma en cuenta: las diferencias individuales y las tareas involucradas. En este modelo convergen tres variables: la estructura de la organización, la tarea y la persona que la desempeñará.

El diseño situacional es cambiante y va de acuerdo con el desempeño personal del ocupante y del desarrollo tecnológico de la tarea.

### Análisis y descripción de cargos

Analizado la situación actual de la empresa, desde la identificación del proceso y operaciones, determinación de jerarquías, entre otras, se presentarán mejoras exclusivamente dentro del servicio de redes sociales, los tres puestos que no presentan estabilidad: Social media manager, Account manager/ community manager y Paid Media Specialist.

Eliminando tareas duplicadas e identificando a quien corresponden, determinando la responsabilidad de cada puesto, lo que beneficiara tanto a la organización, desarrollo y formación, para la toma de decisiones.

## Gestor de redes

**Nombre del cargo:** Social media manager

**Objetivo:** preparar y planificar la estrategia de comunicación de una marca dentro de las redes, para que luego sea ejecutada por un Community Manager.

### Funciones

Tareas:

- Tomar decisiones estratégicas.
- Planifica las estrategias de comunicación de una marca.
- Armar un calendario de fechas especiales (según el rubro de la empresa).
- Elaborar una grilla con las fotos o videos que se necesitan producir y comunicar durante un determinado período de tiempo.
- Analizar día a día la evolución de la competencia y su accionar dentro de las redes sociales.
- Mantener una relación fluida con el Community Manager, ayudándolo a planificar la ejecución de las acciones a realizar en cada red social.
- Definir el público objetivo al que se dirigirán cada una de las campañas y promociones que se realicen.
- Atribuir el presupuesto destinado a anuncios.
- Monitorizar todas las acciones, tanto de contenidos como de promociones, para valorar si se están cumpliendo los objetivos sociales.

Trabajo en equipo: trabaja directamente con el account manager/ community manager y con comercial y ventas.

Carga horaria y ritmo: de lunes a viernes de 9:00 a 13: 00hs. Teniendo una carga semanal de 20hs.

Método de trabajo procesos de operaciones: Híbrido, los días presenciales fijos son 2, los demás se corresponden dependiendo de reuniones con clientes.

Instrumentos o equipos utilizados: se requiere acceso a internet, contando con pc.

Resultado o producto directo del trabajo: Estrategia de marketing para cada marca.

### ***Estructura***

Reporta directamente a ambos fundadores, recibe órdenes directas de comercial y ventas y Brand manager.

Subordina a su vez, a los account manager/ community manager y realiza tareas en conjunto con el paid media specialist.

### ***Flujo de trabajo***

Su trabajo dentro de la organización no depende de nadie, pero sí de su trabajo dependen el account manager/ community manager y el paid media specialist.

### ***Responsabilidad***

Sobre bienes: es responsable sobre bienes que tiene a disposición y sobre los que tiene a custodia.

Sobre personas: cualquier atraso en sus actividades traerá aparejado un mal funcionamiento de la empresa.

Autonomía: puede proponer mejoras y sugerencias sobre los métodos que se utilizan actualmente.

Sobre el proceso: encargado de visualizar y/o modificar, en caso que sea necesario, el trabajo de los diseñadores, antes de ser enviado al cliente.

### ***Condiciones de trabajo***

- Buena iluminación.
- Buena ventilación.

### ***Riesgos***

- Lesiones ergonómicas.
- Trastornos relacionados con el estrés.
- Problemas visuales.

### ***Valores organizacionales***

- Compromiso.
- Honestidad.
- Respeto.
- Trabajo en equipo.
- Creatividad.

Grado de contacto con clientes: alto.

Criterios de desempeño: Satisfacción del cliente.

Sistema de evaluación: encuesta al Account manager/ community manager.

Tipo de retribución: retribución fija.

### **Especificaciones del Puesto**

#### ***Esfera cognitiva***

- Conocimiento de idiomas, al menos, el inglés – Deseable
- Formación en áreas diversas, tales como: Comunicación Audiovisual, Periodismo, Publicidad y RRPP, Economía, Administración de Empresas, Marketing y Análisis de Mercado, Nuevas Tecnologías y transformación digital.
- Capacidad de análisis y adaptación.
- Buena aptitud para trabajar bajo presión.
- Gran habilidad para la comunicación oral y escrita.
- Buena capacidad para trabajar en equipo.
- Reacción rápida y flexible.

#### ***Esfera afectiva***

- Proactividad.
- Ejecutiva.
- Social.
- Persuasiva.
- Flexible.

#### ***Esfera física***

- Mantener buena apariencia personal e higiene.
- Destreza en manos y dedos.
- Concentración visual y mental.

#### ***Esfera social***

- Adecuadas relaciones interpersonales.
- Conducta adecuada dentro de la empresa.

**Account manager/ community manager**

**Nombre del cargo:** Account manager/ community manager.

**Objetivos:** Llevar adelante la relación con los clientes asignados, maximizando el uso de las plataformas, atendiendo sus necesidades y brindando lo que esté a su alcance para que el cliente esté satisfecho.

### **Funciones**

Tareas:

- Entrevistar y visitar al cliente.
- Actuar como punto de contacto para cualquier asunto que afecte a la relación entre las cuentas que gestiona y la empresa.
- Construir y mantener relaciones sólidas y duraderas con los clientes.
- Creación y planificación del contenido.
- Redactar el copie o texto que acompaña cada publicación.
- Utilizar herramientas de programación.
- Monitorizar publicaciones.
- Establecer cuál es el mejor día y horario para que se realicen las publicaciones.
- Medir y analizar las estadísticas.
- Coordinar y hacer seguimiento para realizar contenido audiovisual.
- Asegurar que las necesidades y los objetivos del cliente son atendidos de forma eficiente.
- Comunicar con claridad, tanto de manera interna como externa, el progreso de las iniciativas implementadas con cada cuenta.
- Tomar decisiones tácticas.

Trabajo en equipo, se trabaja en conjunto con el gestor de redes, diseñadores y fotógrafos.

Carga horaria y ritmo: de lunes a viernes de 9:00 a 13: 00hs. Teniendo una carga semanal de 20hs.

Metodología de trabajo: Híbrido, presencial 2 días y 3 remoto.

Instrumentos o equipos utilizados: Se requiere conexión a internet, contando con pc.

### **Estructura**

Reportan directamente al SMM, casos extremos a los jefes. Subordinan a su vez: a los diseñadores gráficos, fotógrafos y paid media specialist.

### **Flujo de trabajo**

Su trabajo depende en gran parte del gestor de marcas. De su trabajo dependen los diseñadores gráficos, el paid media specialist (ya que deben realizar las publicaciones e indicarles cuales serán promocionadas) y con los fotógrafos (coordinan para visitar al cliente).

### ***Responsabilidad***

Sobre bienes: es responsable sobre bienes que tiene a disposición.

Sobre personas: cualquier demora en el servicio puede provocar molestias en los clientes, afectando el funcionamiento de la entidad.

Autonomía: tiene la posibilidad de proponer nuevos métodos y formas con el objetivo de lograr un mejor servicio.

Sobre proceso: es encargado de planificar y pasar esa planificación a diseñadores, para que posteriormente esté plasmada en bocetos se validen con cada cliente y se publiquen/programen en caso de estar validada positivamente.

### ***Condiciones de trabajo***

- Buena iluminación.
- Buena ventilación.

### ***Riesgos***

- Estrés, ansiedad, fatiga o insomnio.
- Fatiga visual o miopía.
- Enfermedades derivadas por el sedentarismo.
- Padecimiento de dolores de hombros, cuello y espalda, las cuales son el resultado de permanecer varias horas en la misma postura.
- Aparición del síndrome del túnel carpiano y molestias en las articulaciones, lesiones que son causadas por el uso constante de teclados móviles y táctiles.

Grado de contacto con clientes: Muy alto.

Criterios de desempeño: Satisfacción del cliente.

Sistema de evaluación: encuesta al cliente.

Tipo de retribución: retribución fija.

### ***Especificaciones del Puesto***

#### ***Esfera cognitiva***



- Estar al tanto de la evolución de la industria en cuanto a canales digitales, inteligencia artificial, automatizaciones y Bots.
- Computación, Internet, Instagram, Facebook y otras redes sociales – Nivel intermedio.
- Capacidad de trabajar en multitarea y conjugar diferentes responsabilidades.
- Capacidades comunicativas sólidas, tanto escritas como orales – Nivel alto.
- Capacidad organizativa fuerte, así como sentido crítico y atención a los detalles.

#### ***Esfera afectiva***

- Proactividad.
- Trabajo en equipo.
- Resolutivo.
- Organizado.
- Buena comunicación.
- Saber escuchar.
- Buena redacción y ortografía.
- Capacidad de análisis.
- Buen sentido de la estética.
- Dinámico.
- Responsable.

#### ***Esfera física***

- Mantener buena apariencia personal e higiene.
- Destreza en manos y dedos.
- Concentración visual y mental.

#### ***Esfera social***

- Creatividad.
- Humildad.
- Empatía.
- Paciencia.
- Honestidad.

**Diseñador grafico**

**Nombre del cargo:** Diseñador gráfico.



**Objetivos:** encargado de transmitir un mensaje o una idea mediante la comunicación visual. Su función principal es crear la imagen y el estilo estético de las empresas.

### **Funciones**

Tareas:

- Mantenerse al tanto de las últimas tendencias en diseño y las tecnologías relacionadas con producción y publicación.
- Mantener actualizada las plantillas de diseño y guías de estilo.
- Organizar el tiempo y los materiales que van a utilizar para crear un diseño óptimo.
- Conocer a fondo las necesidades del cliente, preferencias y saber qué esperan del diseño que van a adquirir.
- Diseñar bocetos
- Implementar piezas graficas

Trabajo en equipo con Account manager/ community manager.

Carga horaria y ritmo: de lunes a viernes de 9:00 a 13: 00hs. Teniendo una carga semanal de 20hs.

Método de trabajo procesos de operaciones: Híbrido, presencial 2 días y 3 remoto.

Instrumentos o equipos utilizados: Se requiere conexión a internet, contar con PC.

### **Estructura**

Responde directamente al Account manager/ community manager. No subordina a nadie.

### **Flujo de trabajo**

Su trabajo depende del Account manager/ community manager e indirectamente del fotógrafo.

### **Responsabilidad**

Sobre bienes: es responsable sobre bienes que tiene a disposición.

Sobre personas: cualquier demora excesiva puede aparejar un mal funcionamiento de la empresa.

Autonomía: posibilidad de proponer nuevas mejores en herramientas informáticas utilizadas.

Sobre proceso: es encargado de diseñar las ideas que ha plasmado el community manager, adecuando cada gráfica al estilo e identidad de cada marca.

### **Condiciones de trabajo:**

- Buena iluminación.
- Buena ventilación.

### **Riesgos**

- Estrés, ansiedad, fatiga o insomnio.
- Fatiga visual o miopía.
- Enfermedades derivadas por el sedentarismo.
- Padecimiento de dolores de hombros, cuello y espalda, las cuales son el resultado de permanecer varias horas en la misma postura.
- Aparición del síndrome del túnel carpiano y molestias en las articulaciones, lesiones que son causadas por el uso constante de teclados móviles y táctiles.

Grado de contacto con clientes o proveedores: bajo.

Criterios de desempeño: cantidad de gráficas por día.

Sistema de evaluación: matemática.

Tipo de retribución: retribución fija.

### **Especificaciones del Puesto**

#### ***Esfera cognitiva***

- Conocer y dominar los programas Photoshop, Illustrator, Indesign, Studio Max, y todos aquellos softwares que puedan ser necesarios para tu trabajo.
- Ser capaz de generar ideas originales, creativas y que transmitan el mensaje de la marca para la que trabajas.
- Comprender el uso de los colores, las formas y las estructuras para causar emociones en nuestro público.
- Ser detallista y crítico para encontrar los errores y la manera de mejorar cada uno de los diseños.
- Buena expresión oral y escrita.
- Dominar tanto el trabajo individual como el trabajo en equipo, lo que incluye aceptar las críticas y encontrar formas de cooperación con los compañeros.

#### ***Esfera afectiva***

- Proactivo.

- Creativo.
- Dinámico.
- Responsable.
- Ordenado.
- Trabajar bajo presión y en equipo.

#### ***Esfera física***

- Mantener buena apariencia personal e higiene.
- Destreza en manos y dedos.
- Concentración visual y mental.

#### ***Esfera social***

- Conducta adecuada en la organización
- Buenas relaciones interpersonales

### **Contador público**

***Nombre del cargo:*** Contador público.

***Objetivos:*** velar que la empresa cumpla con la legislación aplicable y con los procedimientos establecidos, además de garantizar que haya registro de los ingresos y egresos de sus cuentas.

#### ***Funciones***

Tareas:

- ❖ Diligenciar y mantener actualizados los libros de contabilidad (auxiliares, diario, mayor y balances, inventarios).
- ❖ Mantener la información contable al día con todos los soportes a través de digitación en un software contable, también conocido como sistema contable.
- ❖ Elaborar y presentar los estados financieros con sus respectivas notas, con la periodicidad acordada en el contrato, como mínimo una vez al año según requisitos de la normatividad contable.
- ❖ Certificar estados financieros de propósito general.
- ❖ Elaborar informes con destino a la gerencia, junta directiva, consejo de administración u otro orgánico similar con la periodicidad acordada entre las partes.

- ❖ Preparar las declaraciones tributarias nacionales y territoriales con los respectivos anexos relacionados.
- ❖ Elaboración de la información exógena con destino a las autoridades tributarias.
- ❖ Expedir las certificaciones que se requieran con fundamento en los libros de contabilidad.

#### Tareas diarias:

- ❖ Recopilar información y realizar auditorías a empresas o particulares.
- ❖ Analizar los registros contables.
- ❖ Elaborar el balance de los ingresos y gastos en el libro contable correspondiente.
- ❖ Garantizar que tanto los ingresos como los egresos de dinero hayan sido debidamente registrados.
- ❖ Verificar que los libros contables cumplan con la legislación aplicable.
- ❖ Elaborar informes financieros y realizar recomendaciones a sus clientes para la reducción de costos.
- ❖ Elaborar declaraciones de impuestos e identificar las potenciales reducciones y deducibles tributarios.
- ❖ Preparar presupuestos.
- ❖ Manejar la nómina de las empresas.

Trabajo en equipo con los jefes: Brand manager y comercio y ventas.

Carga horaria y ritmo: de lunes a viernes de 9:00 a 13:00hs. Teniendo una carga semanal de 20hs.

Método de trabajo: remoto.

Instrumentos o equipos utilizados: conexión a internet, contar con pc, impresora y otros elementos de rubro.

#### ***Estructura***

Responde directamente ante los socios y jefes. No subordina a nadie.

#### ***Flujo de trabajo***

Su trabajo depende de comercio y ventas.

#### ***Responsabilidad***

Sobre bienes: es responsable sobre bienes que tiene a disposición.

Sobre personas: si no efectúa el pago, en fechas pactadas, a empleados, habrá malestar y disconformidad en la empresa.

Autonomía: posibilidad de proponer nuevas fechas de cobro/pagos y del software para realizar tareas contables.

Sobre proceso: no incide.

### **Condiciones de trabajo**

#### ***Riesgos:***

- ❖ Lesiones ergonómicas
- ❖ Estrés por presión social

Grado de contacto con clientes: medio.

Tipo de retribución: retribución fija.

### **Especificaciones del Puesto**

#### ***Esfera cognitiva***

Estudios universitarios, con título de Contador Público Nacional y Perito Partidor.

Conocimientos en computación.

Experiencia de 1 año en puestos similares.

#### ***Esfera afectiva***

- ❖ Atento.
- ❖ Responsable.
- ❖ Ágil.
- ❖ Concentración.
- ❖ Organización.
- ❖ Proactividad.

#### ***Esfera física***

- ❖ Mantener buena apariencia personal e higiene.
- ❖ Destreza en manos y dedos.
- ❖ Concentración visual y mental.

#### ***Esfera social***

- ❖ Adecuadas relaciones interpersonales.

- ❖ Mantener conducta adecuada en general.

### **Paid media specialist**

**Nombre del cargo:** Paid media specialist.

**Objetivos:** diseña e implementa estrategias de marketing que posibilitan llegar a usuarios y consumidores a través de los canales digitales.

### **Funciones**

Tareas:

- Elaborar y configurar en equipo las campañas pagas.
- Gestionar con eficiencia y efectividad el presupuesto destinado a las plataformas publicitarias de las redes sociales, que funcionan como la subasta de anuncios de Google.
- Optimizar las campañas pagas mediante la continua atención y el monitoreo de los anuncios sobre la base del comportamiento del consumidor.
- Analizar KPIs.
- Tomar decisiones sostenidas con los resultados obtenidos para alcanzar los objetivos propuestos.
- Generación de propuestas y proyección de resultados, así como planes de medios para clientes actuales y para clientes potenciales.
- Generar reportes cualitativos y cuantitativos para los clientes con la identificación de oportunidades y hallazgos que estén enfocados a realizar implementaciones que mejoren los resultados definidos.
- Generación de reportes internos de consumos e inversión y comportamiento de campañas.

Trabajo en equipo, con el SMM y el community manager.

Carga horaria y ritmo: 5 hs. semanales aprox.

Método de trabajo: híbrido, deberá asistir de forma presencial cuando haya reunión con el cliente.

Instrumentos o equipos utilizados: conexión a internet y contar con PC.

Resultado o producto directo del trabajo: Publicidad.

### **Estructura**

Lo subordina el SMM y trabaja en conjunto con el community manager. No subordina a nadie.

### ***Flujo de trabajo***

Su trabajo depende de la segmentación que haya realizado el SMM y de las publicaciones que le haya indicado el community manager que deben ser promocionadas.

### ***Responsabilidad***

Sobre bienes: es responsable sobre bienes que tiene a disposición.

Sobre personas: si no promociona habrá insatisfacción del cliente al no ver resultados y malestar en la empresa.

Autonomía: tiene la posibilidad de sugerir otra segmentación y otro monto para tener un mejor alcance y resultado en la promoción.

Sobre proceso: no influye en el proceso.

### **Condiciones de trabajo**

#### ***Riesgos:***

- Lesiones ergonómicas.
- Estrés por presión social.

Grado de contacto con clientes: bajo.

Criterios de desempeño: cantidad de campañas realizadas por mes.

Sistema de evaluación: matemática.

Tipo de retribución: retribución fija.

### **Especificaciones del Puesto**

#### ***Esfera cognitiva***

2 años de experiencia indispensable implementando y optimizando cuentas/campañas en Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, Bing Ads.

Conocimientos de Google Analytics y Datastudio.

Certificaciones al día.

Habilidades para comunicar resultados y defender estrategias.

Capacidad organizativa y resolutiva.

Gestión de campañas simultáneas.

Experiencia en el manejo de grandes cuentas.

Conocimientos ideales sobre Kenshoo, Double click bid manager y Google Analytics.

Conocimiento y experiencia de Office: Excel (tablas dinámicas), Power Point, Internet, Programas de Planeación SEM.

Conocimiento de estrategias orientadas a resultados en marketing digital (Performance, SEO, etc).

Manejo de información confidencial.

Inglés Intermedio - Deseable

Excelente ortografía

### ***Esfera afectiva***

- Organizado.
- Disciplinado.
- Seguro.
- Honesto.
- Responsable.
- Cumplidor.
- Confiable.

### ***Esfera física***

- Mantener buena apariencia personal e higiene.
- Destreza en manos y dedos.
- Concentración visual y mental.

### ***Esfera social***

- Adecuadas relaciones interpersonales.
- Mantener conducta adecuada con sus compañeros y en general.

### **Imagen y video**

**Nombre del cargo:** Fotógrafo.

**Objetivos:** captar mediante contenido audiovisual el o los productos y/o servicios que el cliente ofrece.

### ***Funciones***

Tareas:

- ✓ Concurrir al domicilio del cliente.

- ✓ Realizar contenido fotográfico y videos.
- ✓ Editar el contenido, en caso de videos, que no supere el minuto, colocándoles audios, formato vertical.
- ✓ Subir el contenido a una carpeta de drive.

Trabajo en equipo con el community manager para coordinar visitas a los clientes y con el SMM para obtener los pilares y contenido a generar.

Carga horaria y ritmo: 10 horas semanales aprox.

Método de trabajo: híbrido, no es obligatorio que vaya presencial a la agencia.

Instrumentos o equipos utilizados: PC, conexión a internet, equipo de fotografía (y lo que eso conlleva, como lentes, trípode, etc.)

Resultado o producto directo del trabajo: fotos y videos.

### ***Estructura***

Responde ante el community manager, y no subordina a nadie.

### ***Flujo de trabajo***

Su trabajo depende de la planificación realizada por el SMM y la coordinación del community manager.

Su trabajo es necesario para el community manager.

### ***Responsabilidad***

Sobre bienes: es responsable sobre bienes que tiene a disposición.

Sobre personas: si no entrega los trabajos en fechas pautadas habrá molestias en sus compañeros. Si no asiste en la fecha y horario indicado al domicilio del cliente, habrá disconformidad del mismo.

Autonomía: proponer fechas tentativas para visitar al cliente. Y guiar en el contenido.

### **Condiciones de trabajo**

#### ***Riesgos:***

- ✓ Caídas/accidentes en el desplazamiento.
- ✓ Lesiones ergonómicas.
- ✓ Estrés/ansiedad por presión social.

Grado de contacto con clientes: media.

Criterios de desempeño: cantidad de marcas visitadas por mes.

Sistema de evaluación: matemática.

Tipo de retribución: retribución fija.

### **Especificaciones del Puesto**

#### ***Esfera cognitiva***

Creatividad y poner atención al detalle, la forma y el color.

Capacidad de tranquilizar a la gente y hacerles sentir cómodos delante de la cámara.

Habilidades sociales y de comunicación.

Mantenerse al día sobre los cambios tecnológicos.

Conocimientos sobre las técnicas fotográficas.

La capacidad de utilizar una amplia gama de cámaras y lentes.

Habilidades de organización.

Ser capaz de llevarse bien con gente de distintos orígenes.

Paciencia, ya que crear los equipos adecuados puede tomar un tiempo.

Conocimientos de software de imagen digital y de tecnología digital.

Estar seguro de sí mismo y ser lo suficientemente flexible para adaptarse cualquier cambio o imprevisto.

Experiencia de 2 años como fotógrafo.

#### ***Esfera afectiva***

- ✓ Imaginativo.
- ✓ Creativo.
- ✓ Responsable.
- ✓ Compromiso.
- ✓ Detallista.
- ✓ Comunicativo
- ✓ Flexible.

#### ***Esfera física***

- ✓ Mantener buena apariencia personal e higiene.

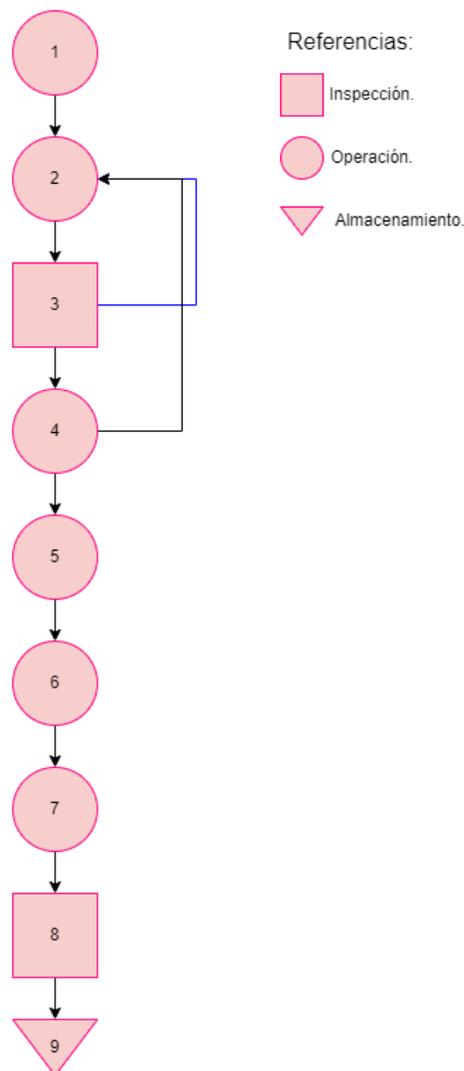
- ✓ Destreza en manos y dedos.
- ✓ Destreza corporal.
- ✓ Concentración visual y mental.

**Esfera social**

- ✓ Buenas relaciones interpersonales.

**Flujo de trabajo**

A continuación, se esquematizo el flujo de trabajo diario, para realizar las gráficas que se publicaran en redes sociales (Facebook e Instagram)



1. Creación de la idea.

Se coloca la mayor cantidad de información posible en la tarjeta creada en el programa de gestión de trabajo, incluye: títulos, información que debe incluirse en la imagen y tipo de recurso a utilizar (grafica creativa, contenido fotográfico, carrusel,

compuesto, etc.), entre otros que faciliten el entendimiento y desarrollo óptimo del diseñador gráfico.

## 2. Diseño.

Se crean las gráficas conforme a las ideas, con colores y estilos de cada marca en particular, colocándoles su respectivo logo.

## 3. Validación.

Realizada la gráfica, el diseñador adjunta el boceto en la tarjeta, anteriormente mencionada, y pasa a inspeccionarse, donde se observa que sea acorde a la línea que pide el cliente, la ortografía, bordes de recortes, posicionamiento del contenido, entre otros aspectos estéticos.

## 4. Presentación de la propuesta al cliente.

Una vez aprobada la inspección de estética, se le envía la propuesta al cliente, mediante la red social WhatsApp.

## 5. Creación del diseño en calidad y en distintos formatos.

En caso que el cliente también de positiva su inspección se da aviso al diseñador a través de la plataforma de gestión de trabajo, para que arme el diseño en distintos formatos, es decir, para historia (1080 px x 1920 px) y para feed (1080 px x 1350 px).

Caso contrario, en el que el cliente quiera agregar/modificar algún componente, retorna la gráfica a diseño.

## 6. Redacción.

Se redacta con ortografía, el texto que acompañara la publicación, este debe ser acorde, coherente y estar relacionado con lo que el usuario ve en el diseño y lo que el cliente quiere expresar como marca.

## 7. Publicación/programación.

Se publica o programa el contenido a través de la herramienta, actualmente utilizada en la empresa, que brinda Facebook: Meta Business Suite and Business Manager.

## 8. Inspección.

Se verifica que se publicó/programo correctamente, en la cuenta corriente, con el contenido, ubicación y fecha correcta.

## 9. Almacenamiento.

Una vez realizado el post, las gráficas se almacenan en una carpeta de drive, en caso que el cliente la requiera y/o necesite.

### Conclusiones sobre el proyecto

Una vez listado y analizados los puestos de la empresa, llegando a la conclusión que había tareas duplicadas, incertidumbre en saber quién era el encargado de realizarlas, mala comunicación por no saber a quién debían reportarse, entre otros fallos de eficiencia en la organización, por lo que se planteó el diseño de cada uno, siendo esto flexible y debe actualizarse cada cierto tiempo.

Se observa la necesidad de comunicar el organigrama y tareas específicas de cada puesto para que haya eficiencia en el proceso y menor desacuerdo dentro de la misma.

### Conclusiones personales

Para concluir con las actividades correspondientes a la realización de las Prácticas Profesionales Supervisadas, puedo asegurar que éstas han tenido un impacto significativo en la percepción personal a cerca de las tareas y funciones que un Ingeniero Industrial desarrolla dentro de una empresa. Cambiando el enfoque a que no es sólo preponderante el factor sobre conocimiento técnico necesario para desempeñar la labor, sino que este debe complementarse en gran medida con el desarrollo sostenible de relaciones humanas. Siendo que la facultad otorga una base de conocimiento desde la cual partimos y si hay algo específico que no conocemos, podemos investigarlo y aprenderlo; pero lo que juega un papel fundamental para que podamos llevar a cabo las actividades correspondientes a cumplir los objetivos trazados, es poder conformar grupos en los cuales los intereses individuales se alineen con los intereses del equipo. Y para lograr materializar lo dicho anteriormente son pilares fundamentales generar relaciones laborales de respeto e interés genuino en las ideas y el bienestar de las personas con las que estamos trabajando.