

PROYECTO FINAL MARKETING Y PUBLICIDAD

ANDREA HUISMAN DELLAGO

Empresa: ASEPRI (Asociación Española de Productos para la Infancia)

Responsable de la empresa: Yolanda Aguirre

Tutor del trabajo: Nuria Maria García Pascual

CONTENIDOS DEL PROYECTO

RESUMEN DE PROYECTO	3
1. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA	
1.1 Actividad de la empresa y ubicación en el sector	4
1.2 Estructura y organización empresarial del sector	
1.3 Misión, visión y valores	
1.4 La cultura de la empresa: imagen corporativa, manual de identidad...	5
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO. ANÁLISIS DAFO	9
3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
3.1 Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.	11
3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.	
3.3 Procedimiento de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo	12
3.4 Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional	13
4. PLAN DE MARKETING	
4.1 Estrategia de Marketing	14
4.2 Herramientas de marketing operativo	
4.3 La relación con el cliente.	15
5. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL	
5.1 Presencia <i>online</i> de la empresa, análisis y valoración.	16
5.2 Elabora un plan de mejora <i>online</i> con las acciones a llevar a cabo en función del análisis y valoración.	17
5.3 Realiza una propuesta de logo y justifícalo.	18
5.4 Realiza un plan para ganar presencia en redes sociales y captar nuevos seguidores.	19

6. DEFINICIÓN DE PUESTO DE TRABAJO	21
- Objetivos del puesto	
- Descripción de tareas	
- Relaciones	
- Disponibilidad	
- Documentación	
- Ambiente	
- Riesgos	
- Dedicación	
- Integración	
7. REFLEXIÓN FINAL	25
Proceso de introspección y análisis profundo acerca de la experiencia personal y profesional en la empresa de prácticas con la finalidad de llegar a una conclusión.	
8. BIBLIOGRAFÍA	25

RESUMEN DE PROYECTO

Este proyecto, escrito por Andrea Huisman, es un documento de información sobre mi periodo de prácticas en ASEPRI (Asociación Española de Productos para la Infancia), un referente nacional en el sector de moda infantil y puericultura.

El proyecto incluye las partes más importantes sobre los conocimientos adquiridos en la empresa de prácticas.

ASEPRI (Asociación Española de Productos para la Infancia) es una organización sin ánimo de lucro que representa y defiende los intereses de empresas españolas dedicadas a la fabricación, distribución y comercialización de productos relacionados con la infancia, como ropa infantil, juguetes, mobiliario, puericultura, entre otros.

ASEPRI mantiene una relación estrecha con sus asociados, actuando como su representante, facilitando información y asesoramiento, promoviendo el networking y la colaboración, y ofreciendo programas de formación y capacitación. La asociación busca fortalecer el sector de productos para la infancia y contribuir al éxito de sus empresas asociadas.

Además, la defensa del comercio local y las empresas españolas es esencial para impulsar la economía local, generar empleo, preservar la cultura y diversidad, promover prácticas responsables y sostenibles, recibir un trato personalizado y fortalecer la comunidad. Al tomar decisiones de compra conscientes y apoyar a las empresas locales y españolas, se está contribuyendo al desarrollo económico y social del país. Esto es algo que ASEPRI defiende; **el futuro e internacionalización de las marcas españolas.**

1. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1.1 Actividad de la empresa y ubicación en el sector.

ASEPRI es la Asociación Española de Productos para la Infancia y referente asociativo nacional de los sectores de moda, calzado infantil y puericultura.

Acompañan a casi 300 empresas en su proceso de crecimiento, ofreciéndoles un soporte continuado y las mejores herramientas para impulsar su promoción e internacionalización (lanzando un push digital a las marcas para incrementar sus oportunidades de negocio y promocionarse a nivel nacional e internacional), además de aportar los servicios adecuados en el entorno actual del mercado.

Llevan trabajando 31 años acelerando el crecimiento de sus asociados. El 79,6% de sus empresas tiene en la exportación su principal fuente de crecimiento de negocio. Sus marcas son líderes en mercados internacionales con presencia en más de 108 mercados.

1.2 Estructura y organización empresarial del sector.

Los Órganos de Gobierno que rigen son:

La **Asamblea General** siendo el órgano de gobierno de la Asociación y está integrada por todos los asociados.

La **Asociación**, gestionada y representada por una **Junta Rectora** formada por un Presidente, un Vicepresidente de Puericultura, un Vicepresidente de moda, un Secretario, un Tesorero y nueve Vocales.

1.3 Misión, visión y valores.

La **misión** de ASEPRI es promover y defender los intereses de sus empresas asociadas, así como fomentar el desarrollo y competitividad del sector de productos infantiles en España. La organización ofrece una amplia gama de servicios a sus miembros, que incluyen asesoramiento en temas legales, técnicos y comerciales, información sobre tendencias de mercado y apoyo en la internacionalización de las empresas asociadas.

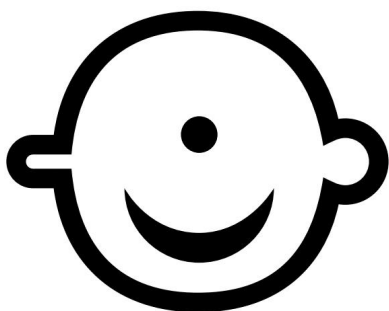
La **visión** de ASEPRI Spain es ser la organización líder en el sector de productos para la infancia en España, representando a las empresas asociadas a nivel nacional e internacional, y promoviendo el desarrollo de un sector innovador, sostenible y seguro.

Los **valores** que guían el trabajo de ASEPRI Spain son la ética, la transparencia, la colaboración, la innovación y la sostenibilidad. La organización se compromete a trabajar con integridad y respeto, fomentar la cooperación y el intercambio de conocimientos entre las empresas asociadas, promover la innovación y el desarrollo sostenible en el sector de productos para la infancia, y ser un agente de cambio positivo para la sociedad.

1.4 La cultura de la empresa: imagen corporativa, manual de identidad...

La imagen corporativa y el manual de identidad de ASEPRI reflejan la cultura de la organización, que se centra en la innovación, la sostenibilidad y el compromiso con la calidad y la seguridad de los productos para la infancia. La organización se esfuerza por transmitir estos valores en todas sus comunicaciones y actividades, y en su relación con sus empleados, clientes, proveedores y la sociedad en general.

Elementos básicos



El logo de ASEPRI describe un símbolo creado por el diseñador valenciano Daniel Nebot (en el año 2005), que representa la "felicidad" a través de una cara infantil. La cara tiene una representación única, combinando un perfil y una vista frontal, con un solo ojo destacando sobre una sonrisa amplia.

IMAGEN 1: Fuente interna ASEPRI

El propósito de esta imagen gráfica es proporcionar un valor adicional de calidad, seguridad, diseño e innovación. Las empresas españolas que fabrican productos para niños adoptan y utilizan este logotipo, lo cual garantiza al consumidor que están adquiriendo un producto diseñado específicamente para adaptarse a las necesidades de la infancia. Además, implica que hay un equipo de diseño e investigación detrás que protege la seguridad de los hijos en términos de materiales, formas y diseño. En resumen, la representación de esta cara infantil y feliz representa la confianza en un producto español bien hecho.

Marca Institucional



IMAGEN 2: Fuente interna ASEPRI

Versiones Corporativas

Verticales



Horizontales



IMAGEN 3: Fuente interna ASEPRI

Colores Corporativos



IMAGEN 4: Fuente interna ASEPRI

Los colores utilizados son el naranja, representando la energía, la creatividad y la juventud. El rosa, transmite una sensación de dulzura, feminidad y romance. El azul simboliza la estabilidad, la confianza y la tranquilidad. Y por último, el amarillo, simbolizando la alegría, la felicidad y la positividad.

Tipografía corporativa

Raleway medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789?;!#%&/-

Raleway Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789?;!#%&/-

IMAGEN 5: Fuente interna ASEPRI



IMAGEN 6: Página oficial de ASEPRI. FUENTE: interna ASEPRI

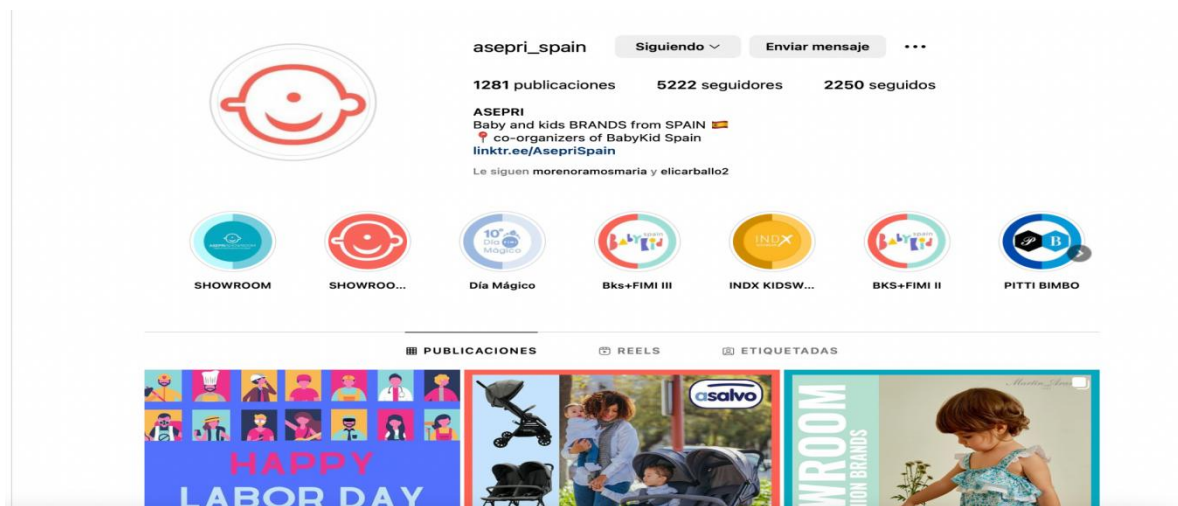


IMAGEN 7: Página oficial de Instagram. FUENTE: interna ASEPRI



IMAGEN 8: Opinión de los asociados. FUENTE: web oficial de ASEPRI

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO. ANÁLISIS DAFO

El objetivo del análisis DAFO es obtener una visión clara y completa de la situación actual de una organización o proyecto, identificando los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que pueden influir en su desempeño y resultados.

Las **fortalezas** de ASEPRI son su amplia experiencia en el sector de la puericultura, lo que le permite conocer bien las necesidades de sus clientes. Tiene una buena reputación en el mercado gracias a la calidad de sus servicios, su presencia en varios mercados internacionales y una buena gestión del equipo humano.

En cambio, sus **debilidades** son la poca cantidad de clientes que quieren acudir a ferias o showrooms debido a la pandemia, la poca formación en RRSS y la dependencia de un número limitado de clientes importantes.

Sus **amenazas** son la competencia cada vez más agresiva en el mercado, la inestabilidad económica y las fluctuaciones en los mercados internacionales además de los cambios en las regulaciones gubernamentales sobre la seguridad de los productos infantiles

Por último, sus **oportunidades** son el crecimiento del mercado de la puericultura debido al aumento de la natalidad y la preocupación por la seguridad de los niños, aumentando la posibilidad de expandirse a nuevos mercados y una mayor conciencia social sobre la importancia de la calidad y seguridad de los productos infantiles.

En general, ASEPRI tiene una buena reputación en el mercado y una amplia experiencia en el sector de la puericultura. Sin embargo, tiene que lidiar con desafíos importantes, como la dependencia de proveedores y clientes clave, la competencia de precios y la falta de inversión en I+D. Por lo tanto, es importante que la empresa aproveche las oportunidades del mercado y adopte medidas para superar sus debilidades y enfrentar las amenazas.

Además, el análisis PESTEL es una herramienta útil para analizar el entorno macroeconómico y político en el que opera una empresa. A continuación se presenta un análisis PESTEL de la empresa Asepri:

- Político: El sector de la puericultura está sujeto a numerosas regulaciones y normativas en materia de seguridad y calidad. ASEPRI debe cumplir con estas regulaciones y estar al tanto de cualquier cambio en la legislación que pueda afectar su negocio.

- Económico: ASEPRI está influenciada por la situación económica global, incluyendo las tasas de interés, la inflación, el crecimiento económico y las fluctuaciones en los tipos de cambio. Además, la empresa debe tener en cuenta las tendencias de consumo y los patrones de compra de sus clientes.

- Socio-cultural: La sociedad está cada vez más preocupada por la seguridad de los productos infantiles y la calidad de los mismos. ASEPRI debe ser consciente de estas tendencias y ajustar sus productos y servicios para cumplir con las expectativas del mercado.

- Tecnológico: La innovación tecnológica puede tener un gran impacto en el negocio de ASEPRI. Por ejemplo, la tecnología puede ser utilizada para mejorar la seguridad y la calidad de la relación con sus clientes asociados.

- Ecológico: ASEPRI está a favor de la moda sostenible y promueve que las empresas de ropa para niños en España puedan adoptar una combinación de factores ecológicos y seguir buscando formas innovadoras de minimizar su impacto en el medio ambiente.

- Legal: ASEPRI está sujeta a leyes y regulaciones relacionadas con la propiedad intelectual, las patentes, las marcas registradas y los derechos de autor. Además, la empresa debe cumplir con las leyes laborales y tributarias.

ASEPRI opera en un entorno complejo y cambiante, influenciado por factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales. Por lo tanto, es importante que la empresa esté al tanto de los cambios en el entorno y adopte medidas para ajustar su estrategia y servicios en consecuencia.

3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

3.1 Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.

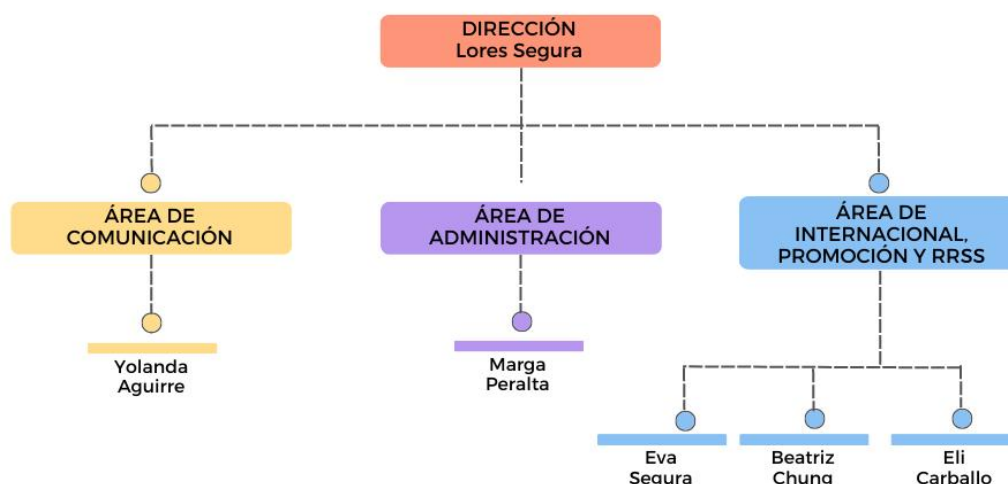


IMAGEN 9: ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA. Fuente propia

3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.

Dirección General: **Lores Segura**, encargada de la toma de decisiones estratégicas y de la dirección global de la empresa.

Área de Comunicación: **Yolanda Aguirre**, encargada de establecer una relación efectiva entre la empresa y sus distintos públicos, tanto internos como externos, para garantizar la transparencia y la confianza en la organización.

Área de Administración: **Marga Peralta**, responsable de la gestión de los recursos y procesos que permiten el correcto funcionamiento de la organización.

Área de Internacional, Promoción y Redes Sociales: ésta área es responsable de la gestión y promoción de la empresa en los mercados internacionales y en las plataformas digitales. Sus componentes son **Eva Segura**, **Beatriz Chung** y **Eli Carballo**. Las funciones que realizan son las siguientes:

- Identificación de oportunidades de expansión internacional: Esta función implica la investigación de mercados internacionales y la identificación de oportunidades para expandir el negocio de la empresa a nivel global.
- Desarrollo de estrategias de marketing internacional: El área de Internacional, Promoción y Redes Sociales se encarga de desarrollar estrategias de marketing para promocionar los productos y servicios de la empresa en los mercados internacionales.
- Gestión de la presencia en redes sociales: Esta función implica la gestión de las cuentas de la empresa en las diferentes redes sociales, incluyendo la creación de contenido y la interacción con los seguidores.
- Desarrollo de campañas de publicidad online: desarrollar campañas publicitarias online para promocionar los productos y servicios de la empresa en los mercados internacionales.
- Participación en eventos y ferias internacionales: la participación en eventos y ferias internacionales ayuda a promocionar los servicios de la empresa, establecer contactos con potenciales clientes y conocer las últimas tendencias del mercado.

3.3 Procedimiento de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.

Existen algunos sistemas y métodos de trabajo que pueden ser aplicados en empresas del sector de la moda infantil y la puericultura, y que son recomendados por ASEPRI para garantizar la calidad y la seguridad de los productos. Algunos de ellos son:

Sistema de gestión de calidad: Es un conjunto de normas y procedimientos que se aplican para asegurar que los productos y servicios cumplen con los requisitos de calidad establecidos. El sistema más conocido es el ISO 9001.

Sistema de gestión ambiental: Es un conjunto de normas y procedimientos que se aplican para reducir el impacto ambiental de la empresa y sus productos. El sistema más conocido es el ISO 14001.

Métodos de diseño y producción: es importante aplicar metodologías que permitan la creación de productos seguros y de calidad, desde la fase de diseño hasta la producción y el control de calidad. Algunos métodos comunes son el Diseño para la X, el Análisis de Modos de Fallo y Efectos (AMFE), la Planificación de la Calidad (APQP), entre otros.

Sistemas de control de calidad: es fundamental establecer controles de calidad en todas las fases del proceso productivo, desde la recepción de materias primas hasta la entrega del producto final. Algunos sistemas de control de calidad utilizados en el sector de la moda infantil y la puericultura son el Control de Calidad por Muestreo (CQM) y el Control Estadístico del Proceso (CEP).

Sistema de gestión de la seguridad de los productos: para garantizar la seguridad de los productos para la infancia, es fundamental establecer un sistema de gestión que permita la identificación y evaluación de los riesgos asociados a los productos, la implementación de medidas de control y seguimiento, y la comunicación de la información relevante a los consumidores. Algunos sistemas de gestión de la seguridad de los productos son el Safe Quality Food (SQF) y el Global Food Safety Initiative (GFSI).

En resumen, ASEPRI recomienda la aplicación de sistemas y métodos de trabajo que permitan garantizar la calidad y seguridad de los productos, así como la protección del medio ambiente y el cumplimiento de las normativas aplicables.

3.4 Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional

El convenio colectivo aplicable al ámbito profesional de ASEPRI depende del tipo de actividad y sector en el que se desarrolla la empresa.

En general, las empresas del sector de la moda infantil y la puericultura pueden estar incluidas en el Convenio Colectivo Nacional del Comercio Textil, de Confección y Moda, que establece las condiciones laborales de las empresas dedicadas a la confección y comercialización de prendas de vestir, calzado y accesorios.

Este convenio regula aspectos como el salario, las jornadas laborales, las vacaciones, los permisos, las prestaciones sociales, entre otros aspectos laborales. También establece medidas específicas para garantizar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la seguridad y salud en el trabajo, y la formación continua de los trabajadores.

Es importante destacar que existen convenios colectivos autonómicos y sectoriales que pueden aplicar en función del lugar donde se desarrolle la actividad empresarial y el tipo de producto o servicio que se comercialice. Por lo tanto, es importante que las empresas del

sector de la moda infantil y la puericultura consulten con sus representantes legales o asesores laborales para determinar el convenio colectivo aplicable a su actividad.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Estrategia de Marketing

Además de una buena investigación y análisis de mercado, la asociación lleva a cabo estudios de mercado y análisis de tendencias para proporcionar información relevante a sus miembros. Esto les permite estar al tanto de las demandas del mercado y adaptar sus estrategias de marketing en consecuencia.

Se debe analizar si ASEPRI implementa estrategias de marketing digital, como campañas de correo electrónico, publicidad en línea, marketing de contenidos, SEO (optimización para motores de búsqueda) y otras acciones para aumentar la visibilidad de la asociación y sus miembros.

4.2 Herramientas de marketing operativo

El precio por ser asociado de ASEPRI se compone de una cuota mensual 120€+ iva 21%.

ASEPRI, como asociación representativa del sector de productos para la infancia, utiliza varias estrategias para darse a conocer en las ferias.

- Stand de ASEPRI: ASEPRI puede tener un stand propio en la feria donde presente información sobre la asociación y los servicios que ofrece a sus asociados. El stand puede estar diseñado de manera atractiva y contar con materiales promocionales, como folletos, tarjetas informativas y regalos promocionales relacionados con el sector.
- Participación en conferencias o charlas: ASEPRI puede aprovechar la oportunidad de las ferias para organizar conferencias o charlas sobre temas relevantes para el sector de productos para la infancia. Esto permite que los asistentes conozcan la experiencia y el conocimiento de la asociación, al tiempo que brinda información valiosa a los participantes.
- Networking y reuniones: Las ferias son lugares perfectos para establecer contactos y reunirse con personas clave en la industria. ASEPRI organiza reuniones con potenciales asociados, proveedores, compradores y otras partes interesadas relevantes. Esto ayuda a fortalecer las relaciones y a aumentar la visibilidad de la asociación.

- Participación en actividades paralelas: Algunas ferias pueden tener actividades paralelas, como desfiles de moda, concursos o exhibiciones especiales. ASEPRI puede participar en estas actividades mostrando productos de sus asociados o colaborando en la organización de eventos relacionados con la infancia.

4.3 La relación con el cliente

La relación que ASEPRI tiene con sus asociados es fundamental para el cumplimiento de sus objetivos y el desarrollo de su labor. Al ser una asociación, ASEPRI se compone de empresas afiliadas que se benefician de su membresía. Estas empresas asociadas colaboran y trabajan en conjunto con ASEPRI para promover los intereses del sector y fomentar su crecimiento y competitividad.

La relación entre ASEPRI y sus asociados se basa en varios aspectos clave:

- Representación y defensa: ASEPRI representa a sus asociados ante organismos públicos, instituciones y otras entidades relevantes a nivel nacional e internacional. Defiende los intereses del sector y trabaja para crear un entorno favorable para el desarrollo de las empresas asociadas.
- Información y asesoramiento: ASEPRI proporciona a sus asociados información actualizada sobre normativas, tendencias de mercado, oportunidades de negocio y otros temas relevantes para el sector. También brinda asesoramiento en áreas como internacionalización, comercio exterior, propiedad intelectual, etc.
- Networking y colaboración: ASEPRI facilita el networking y la colaboración entre sus asociados, fomentando la interacción y el intercambio de conocimientos y experiencias. Organiza eventos, ferias, misiones comerciales y otras actividades que promueven la colaboración y el establecimiento de relaciones comerciales.
- Formación y capacitación: ASEPRI ofrece programas de formación y capacitación para sus asociados, con el objetivo de mejorar su competitividad y desarrollo profesional. Estos programas abarcan áreas como gestión empresarial, diseño, innovación, marketing, entre otros.

5. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL

5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración.

ASEPRI es una empresa que tiene mucha presencia online y en redes sociales. Publican entre 3 y 5 historias de Instagram al día sobre sus marcas asociadas.

El sitio web oficial de ASEPRI es un elemento clave de su presencia online. Se debe evaluar su diseño, navegación, contenido, funcionalidades y si proporciona información relevante y actualizada sobre la asociación, sus miembros, servicios y actividades.



IMAGEN 10: Fuente ASEPRI

Es importante analizar la presencia de ASEPRI en las principales plataformas de redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, entre otras. Se debe evaluar si la asociación tiene perfiles activos, publicaciones frecuentes y una interacción sólida con su audiencia. También es relevante analizar el tipo de contenido compartido y si refleja la identidad y los valores de ASEPRI.

5.2 Elabora un plan de mejora online con las acciones a llevar a cabo en función del análisis y valoración.

Mi plan de mejora online consistiría en las siguientes estrategias:

Monitoreo y análisis de resultados:

- Utilizar herramientas de análisis web, como Google Analytics, para realizar un seguimiento del tráfico del sitio web, el comportamiento de los usuarios y las conversiones.
- Realizar análisis periódicos de las métricas de las redes sociales, como alcance, interacción y crecimiento de seguidores.
- Evaluar regularmente el impacto de las estrategias implementadas y realizar ajustes según los resultados obtenidos.

Fortalecimiento de la presencia en redes sociales:

- Evaluar las redes sociales utilizadas por ASEPRI y enfocarse en las plataformas más relevantes para el sector, como Facebook, Instagram y LinkedIn.
- Crear una estrategia de contenido específica para cada red social, adaptada al tipo de audiencia y al objetivo de cada plataforma.
- Fomentar la participación de los miembros de ASEPRI en las redes sociales, mediante la interacción con publicaciones, comentarios y compartiendo contenido relevante.

Estrategia de contenido relevante y actualizado:

- Crear un calendario de publicaciones de blog y artículos en el sitio web de ASEPRI, enfocados en temas relevantes para la industria de productos para la infancia.
- Desarrollar contenido de calidad que proporcione información útil para los miembros de ASEPRI, como tendencias de mercado, análisis sectoriales y mejores prácticas.
- Compartir regularmente contenido en las redes sociales de ASEPRI para mantener a la audiencia comprometida y generar interacción.

Como en todos los planes de mejora, es importante establecer objetivos claros, asignar responsabilidades y contar con un presupuesto adecuado para llevar a cabo las acciones propuestas.

5.3 Realiza una propuesta de logo y justificalo.

El logo actual de ASEPRI es el siguiente:



IMAGEN 11: Fuente ASEPRI

Mi propuesta de logo sería la siguiente:



IMAGEN 12: Logotipo de ASEPRI. Fuente elaboración propia.

El motivo de este diseño y elección de logotipo es que las piezas del puzzle constituirán todas esas marcas que quieran formar parte de la asociación.

Los colores que he seleccionado son de la paleta cromática de ASEPRI. Además, he añadido dos tonos más claros para hacer la otra parte del puzzle. Los colores son alegres y llamativos.

5.4 Realiza un plan para ganar presencia en redes sociales y captar nuevos seguidores.

Elección de las redes sociales y justificación.

La red social más famosa del momento es Tik Tok, sería interesante integrar a ASEPRI en esta nueva red social. Integrar a la marca en TikTok puede ser beneficioso para la estrategia publicitaria debido a la gran popularidad y alcance de esta plataforma de redes sociales.

- Audiencia joven y activa: TikTok cuenta con una audiencia principalmente joven y altamente comprometida. Si tu marca está dirigida a este grupo demográfico, la publicidad en TikTok puede ser una excelente manera de llegar a ellos de manera directa y efectiva.
- Formatos publicitarios creativos: TikTok ofrece una variedad de formatos publicitarios que son altamente interactivos y atractivos, como anuncios nativos en el feed, desafíos de marca y colaboraciones con creadores de contenido. Estos formatos te permiten transmitir tu mensaje de manera entretenida y captar la atención de los usuarios.
- Posibilidad de viralidad: TikTok es conocido por su potencial viral, lo que significa que el contenido puede ser compartido y ampliamente difundido rápidamente. Si tu anuncio o campaña logra resonar con los usuarios, existe la posibilidad de que se vuelva viral, generando una mayor visibilidad y alcance para tu marca.
- Segmentación precisa: TikTok ofrece opciones de segmentación que te permiten dirigir tus anuncios a audiencias específicas en función de factores demográficos, intereses y comportamientos. Esto te ayuda a llegar a las personas adecuadas y maximizar el impacto de tu publicidad.
- Interacción y participación de la comunidad: TikTok fomenta la interacción y participación de los usuarios a través de desafíos y tendencias virales. Al participar en estas actividades con contenido relacionado con tu marca, puedes generar un mayor compromiso y conexión con la comunidad de TikTok.

Elabora propuestas de eventos, concursos, etc.

La propuesta de evento que realizaría sería un espacio networking para empresas asociadas que quieran conocer más sobre el sector de la infancia y la puericultura. De esta manera no sólo ayudaríamos a nuestros asociados a promover su negocio y conocer a otros clientes, sino para crear contenido en las diferentes redes sociales de la empresa.

Justificación económica de cada decisión.

El presupuesto para un acto de networking puede variar dependiendo de varios factores, como la escala del evento, la ubicación, el número de participantes, las actividades planificadas y los servicios adicionales que se deseen ofrecer. A continuación, se presentan algunos elementos comunes que podrían formar parte del presupuesto:

1. Espacio y logística:

- Alquiler del lugar: **Expo Hotel Valencia** incluye el costo de la reserva del espacio para el evento. (Sala Reunión Montreal - Alquiler Sala Tarde 70 personas) **335,00€**
- Equipamiento y mobiliario: sillas, mesas, equipos audiovisuales, etc. **Proyector 105,00€**
- Decoración y señalización: elementos decorativos y señalización para identificar las áreas del evento.

2. Marketing y promoción:

- Diseño y producción de material promocional: folletos, tarjetas de visita, pancartas..
- Publicidad online y offline: anuncios en redes sociales, medios impresos..
- Gastos relacionados con la difusión del evento: costos asociados a la creación y envío de invitaciones, boletines informativos, entre otros.

3. Catering y bebidas:

- Alimentos y bebidas: puede incluir opciones de catering como aperitivos, comidas ligeras, bebidas y café. **Comida 55€ por persona.**
- Personal de catering: camareros o personal de servicio.

4. Personal y servicios adicionales:

- Personal de apoyo: puede requerirse personal para la recepción, registro de participantes, asistencia técnica, etc.

- Servicios de traducción: si el evento incluye participantes internacionales y se necesitan servicios de traducción simultánea. **500€**
- Servicios de fotografía o videografía: para capturar el evento y su contenido visual. **200€**
- Seguridad: en caso de ser necesario.

5. Material y suministros:

- Identificadores para los participantes y el personal del evento. **70€**
- Material impreso: programas del evento, hojas de inscripción, formularios de retroalimentación, entre otros. **100€**

Es importante tener en cuenta que este es solo un ejemplo general y que el presupuesto final dependerá de las especificidades del evento de Networking. Siempre es recomendable realizar una planificación detallada y obtener cotizaciones de proveedores y servicios específicos para estimar de manera más precisa el presupuesto necesario.

6. DEFINICIÓN DE PUESTO DE TRABAJO

Objetivos del puesto

El papel que desempeño en la empresa es en el área de prensa, comunicación e internacional. Realizo tareas como:

- Descripciones detalladas del clipping de antiguos eventos.
- Comprobación de medios seleccionados para el próximo evento.
- Revisión de listado de bases de datos y ampliación de contactos.
- Realización de llamadas internacionales a contactos de UK, Arabia Saudí, Italia...
- Investigación y actualización de bases de datos de empresas y marcas nacionales e internacionales.
- Creación de Newsletters propios de la organización o para otras empresas asociadas.
- Actualización de páginas web oficiales.
- Actualización de bases de datos Excel de prensa.
- Tramitación de facturas de prensa y compradores, desplazamiento y transporte sobre el evento.
- Tramitación de facturas INDEX e ICEX.
- Realizar listado de Matchmaking de empresas para el próximo evento.
- Publicidad en distintas redes sociales.

- Mails personalizados a empresas.
- Organización de ferias y eventos.
- Curso de CRM (Customer Relationship Management)

MAILS PERSONALIZADOS

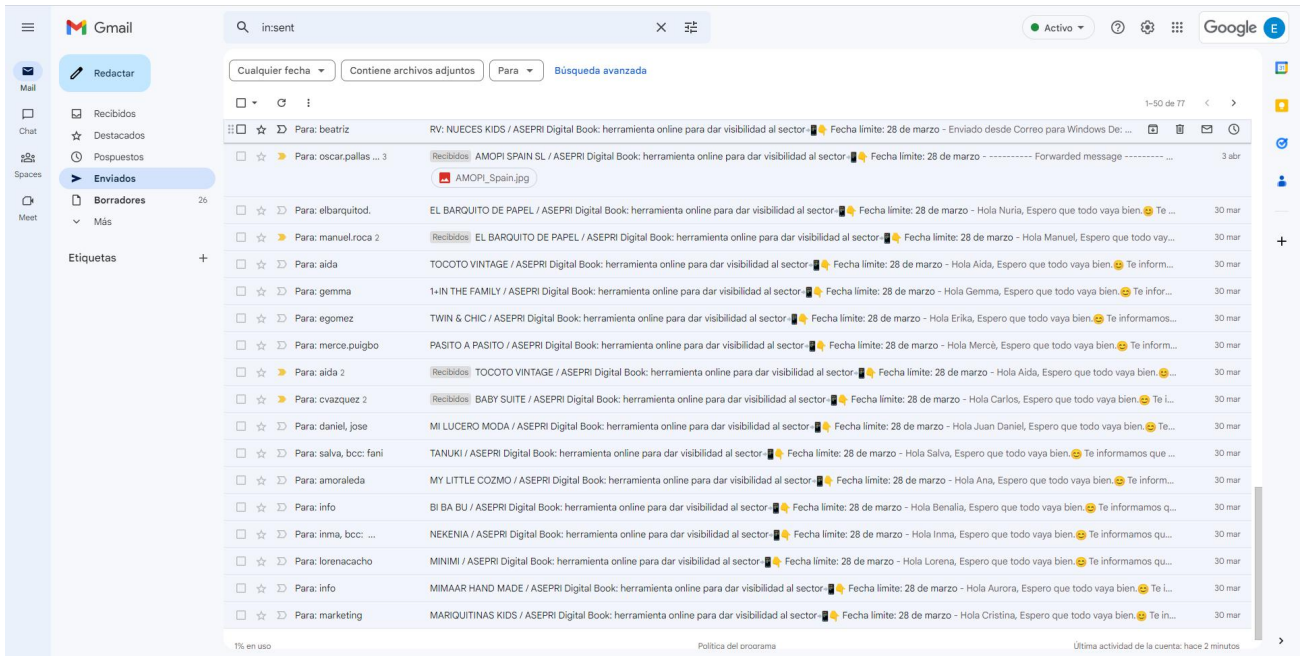


IMAGEN 13: Fuente propia

BASES DE DATOS EXCEL

MARCA PRINCIPAL		MARCA PRINCIPAL																										TENDAS BOOK		
J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL		
MARCA PRINCIPAL	2ND MARCA S	MOD INGRESO ACTIVA	MODULO INGRESO INI	SECTOR PRINCIPAL	CONFECCION	CALIDAD	PUBLICIDAD	AGENTE	ECO	HECHO EN ESPAÑA	Tempo	ONIE	PABE A LOS QUE DEB	PAG_WEB	AL	TELEFON	MOVIL PERSONA	MOVIL TF	NE	DIRECC	CP	POBLA	PROVI	INDIA	COMU	E MAIL	GENE	AL		
1	MOSO	LUMA, R	SD	SOCIO ADHERIDO DISTRIBUIDOR	FUERTE ULTRURA				1	0		4638		www.acompanycons.com	ALEXIS O	983047970	ALBERTO GARCIA	647442800	761725	379	43	47012	VILLALBA	CASTILL	CASTILL	info@aco	0			
2	CROCHETS		S	SOCIO	FUERTE ULTRURA				1	1		7032	FRANCIA, BELGICA, SUIZA, EEUU, COLOMBIA	www.crochets.com	ENRIQUE NA DE	615600074	COMERCIAL_CARRO	656262096	615600074	840338	MARIA	46691	A	IA	IA	info@cro	0			
3	BEBE	BEBE RE	PSD	SOCIO ADHERIDO DISTRIBUIDOR	FUERTE ULTRURA				0					www.bebeebelde.es	OSVALDO O	338168424	OSVALDO	618927586	6	856438	DOCKT	8800	VILA I	ONIA	BARCEL	CASTILL	direct	0		
4	AMARCA KIDS		ST	SOCIO TENERIFE	CONFECCION				1	1		1413		www.amarcaatelier.com	LOPEZ E	653238426	822610567		776740	ESGULT	38300	OTRO	TENERI	VA	FE	CANARI	marce	0		
5	AMOP	BB SOFT	PSE	SOCIO ADHERIDO FILIAL	FUERTE ULTRURA									www.amopi.es	OSCAR PALAS	601265113		601265113	60	1265113	60	1265113	BELTRA	IA	IA	info@am	0			
6	ALONDRA		S	SOCIO	FUERTE ULTRURA				1	0		3109		www.alondrababy.com	JOSE AJAN	902144188	966457290	JOSE AJAN	690415375	138	VALENC	43	46850	VALENC	VALENC	info@al	0			
7	LEE		IBM	SOCIO LA PALMA	CONFECCION							1413		www.amelleandlee.com	AMELIA	689159258		AMELIA	689159258	784159	69	86780	BARCEL	BARCEL	CASTILL	info@am	0			
8	PETIT OHI		S	SOCIO	CONFECCION								ITALIA, BELGICA, AUSTRIA, ALEMANIA	www.petitoh.com	BATY SKY	658436913		658436913	60	38019	107	3023	BARCEL	BARCEL	ONIA	IA	petitoh	2		
9	CERD	LICENCIA S	S	SOCIO	CONFECCION							1512		www.cerdgroup.com	FRANCISCO	662209502		662209502	846206	ARTESA	138	VALENC	VALENC	L'OLLER	VALENC	info@cer	0			
10	ARTEANIA GRANLEI		S	SOCIO	CONFECCION							1391		www.artesianigranlei.com	CAMILLO GRAND	986134248		986134248	636	636	636	636	636	636	636	636	636	0		
11	MISC ILLUSION		S	SOCIO	CONFECCION							1391		www.maclusion.com	OSCAR AVILA	9672191339		692042044	152	152	152	152	152	152	152	152	152	0		
12	SIGAR		S	SOCIO	CONFECCION							1391			JOSE ANDRE	647240136		647240136	647240136	647240136	647240136	647240136	647240136	647240136	647240136	647240136	647240136	647240136	647240136	647240136
13	CHICCO	RECARO	SE	SOCIO	FUERTE ULTRURA				1	1		4690		www.chicco.es	MONICA	916499000		649529336	649529336	649529336	649529336	649529336	649529336	649529336	649529336	649529336	649529336	649529336	649529336	
14	SARDON		S	SOCIO	CONFECCION									www.asgatextil.com	ANDRE S	916487189		607835626	607835626	607835626	607835626	607835626	607835626	607835626	607835626	607835626	607835626	607835626	607835626	
15	HID THE FANTO KIDS		S	SOCIO	CONFECCION							4647		www.hidid.es	LUZ JAVATO	916470039		609153887	609153887	609153887	609153887	609153887	609153887	609153887	609153887	609153887	609153887	609153887	609153887	
16	BABY MONSTERS	PUE	S	SOCIO	FUERTE ULTRURA				1	1		4619		www.thenatickids.com	MISOL	964212667	964183246		678874421	678874421	678874421	678874421	678874421	678874421	678874421	678874421	678874421	678874421	678874421	
17	ONIA		HF	SOCIO PROMOCION	FUERTE ULTRURA							3340		www.onnaworld.com	ERIC MARCEL	607473241		607473241	607473241	607473241	607473241	607473241	607473241	607473241	607473241	607473241	607473241	607473241	607473241	
18	BATELA		S	SOCIO	CONFECCION							4690		www.batela.com	ARTURO PATRICK	914855550		855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	
19	ATREVIDOS	BICHOS	PSD	SOCIO ADHERIDO DISTRIBUIDOR	CONFECCION							1413		www.atrevidos.es	MONIC	914855550		855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	855519754	

IMAGEN 14: Fuente propia.

El principal objetivo que tengo en la organización ASEPRI es conocer el modelo de negocio nacional e internacional. Además de aprender en cuanto a relaciones públicas ante asociados y clientes, comprender cómo se trabaja en la internacionalización de marcas infantiles de España.

Descripción de tareas

Habitualmente, en ASEPRI, se realiza la actualización de bases de datos interna de empresas además de investigación de nuevas para contactar con ellas.

Hemos organizado 3 eventos diferentes que hemos tenido en estos últimos 2 meses, donde ponemos en contacto a empresas y clientes, hacemos la realización del Networking, invitación a las empresas y recepción de las mismas.

Estos eventos se realizan aproximadamente cada 2 meses, dependiendo de las fechas en las que se concuerden.

Relaciones

En este periodo de prácticas he trabajado dividida entre el Departamento de Comunicación y el Departamento de Internacional, Promoción y RRSS, en los cuales he podido conocer e interactuar con ambas áreas.

Disponibilidad

La disponibilidad que debes tener para salidas es ajustada a las ferias/eventos que se realicen anualmente. Aproximadamente, se realizan 5-6 eventos al año en los que ASEPRI está presente; como el encuentro anual en Madrid, y, entre otros, eventos nacionales e internacionales.

Documentación

Los documentos que se trabajan diariamente en ASEPRI son los Excel (una herramienta estupenda para la realización de bases de datos, anexos de empresas, cálculos de gastos...)

También, otra herramienta que hemos utilizado habitualmente es el WordPress, ya que es donde editamos la página web oficial de ASEPRI y actualizamos toda la información.

Además, usamos MailerLite, donde se crean los Newsletters correspondientes de la organización o incluso solicitudes de otras empresas.

Canva es una herramienta ideal para la edición, diseño y creación de promoción en redes sociales, la usamos diariamente.

Ambiente

El ambiente de trabajo en ASEPRI es perfecto. El entorno en la oficina es muy agradable. Todas las trabajadoras tienen muy buena relación y compañerismo. Hay una muy buena comunicación entre los departamentos. Cada una de ellas cuentan contigo para todo lo que necesites y se preocupan por ti para que entiendas todo.

Riesgos

Lo único que puede causar un problema serían dolores de espalda, ya que, en general, todos los trabajos de oficina suponen estar muchas horas sentado. Además, al estar frente al ordenador, se cansa la vista. Fuera de eso, no existe riesgo laboral o accidente.

Dedicación

El horario de trabajo que yo he realizado es de 30 horas semanales. Iba en horario de mañanas de 9:00 a 15:00. Disponía de 20 minutos de descanso durante la mañana. Al comenzar el día daba orden de prioridad a las tareas asignadas por Yolanda, Eli o Beatriz.

Integración

La formación imprescindible para trabajar en ASEPRI es saber utilizar el programa Excel, el conocimiento de idiomas, principalmente el inglés, ya que la organización trabaja constantemente con empresas internacionales, y el uso de redes sociales y otras herramientas.

Además, ASEPRI lleva años acogiendo a becarios en prácticas, de modo que te hacen una bienvenida perfecta.

7. REFLEXIÓN FINAL

Uno de los momentos más importantes de mis prácticas fue darme cuenta de lo preparada, con ganas de aprender y dedicada que puedo llegar a ser en el ámbito laboral, algo de lo que estoy muy orgullosa, ya que me doy cuenta de que mis decisiones serán buenas y mis aspiraciones de futuro serán grandes.

Mi forma más real de dedicarme al 100% en mi puesto de trabajo es pensar que formo parte de la empresa, que no soy una becaria más, y que puedo llegar a aportar muchas cosas positivas a mucha gente.

Un periodo de 3 meses de formación en prácticas te enseña a ser responsable, a demostrar cuánto vales y exprimirte al máximo, porque la oportunidad que te brindan es de agradecer. Gracias a ASEPRI, he conocido mucho más del mundo de las empresas. Al acudir a eventos importantes he conocido a mucha gente. Formar parte de un buen equipo siempre te da ganas de crecer. Pero sobre todo, he podido aprender del ámbito profesional al que me quiero dedicar y volver a darme cuenta de que no me he equivocado con mi decisión de estudiar Marketing y Publicidad. Y no existe mejor sensación que saber que has acertado en tu elección.

La Universidad Europea me ha traído muchas cosas buenas; grandes conocimientos, buenos profesores, amigos que me voy a llevar toda la vida... pero sobre todo tranquilidad, al saber que tenemos un apoyo detrás para lo que necesitemos.

Gracias a Lores, Yolanda, Bea, Marga, Eva y Eli por el trato tan cercano que he recibido y por ser tan buenas conmigo. A Wiktoría y Lou, por hacer que seamos un buen equipo.

A mis padres, por ser una inspiración. A mi hermano, por ser un ejemplo a seguir.

Y gracias a toda la gente cerca de mi que me ayuda a crecer y aprender cada día.

8. BIBLIOGRAFÍA

<https://asepri.com/es-es/inicio-corporativo/>

<https://www.icex.es>

<https://www.wikipedia.org>