

**PROYECTO FINAL DE CICLO FORMATIVO**

**COMERCIO INTERNACIONAL**



**ASEPRI Asociación Española  
de Productos para la Infancia**

**Lou-Ann Stock**

**Universidad Europea Valencia**

## Resumen

Este Trabajo Final de Ciclo tiene como objetivo la conclusión e ilustración de mis prácticas en la Asociación Española de Productos para la Infancia ASEPRI.

ASEPRI actúa como interlocutor ante las administraciones públicas, representando los intereses de las empresas españolas de productos infantiles y es la asociación **referente** a nivel nacional para los sectores españoles de la moda infantil y la puericultura. Su objetivo es también canalizar la mayor parte de las ayudas y ofrecer a las empresas las mejores herramientas posibles para su internacionalización, y éstas, a través del fomento de la innovación, diseño, calidad y seguridad de sus marcas.

En este trabajo se presentará el entorno actual de la empresa, también veremos cómo la asociación se adapta a la innovación tecnológica y hace para mejorar su posicionamiento frente a la competencia y promocionar sus marcas colaboradoras.

Finalmente, describiré las actividades de mi puesto de trabajo y lo que aprendí durante mis 400 horas.

## ÍNDICE:

I.	ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	5
1.1	Actividad de la empresa y su ubicación en el sector .....	5
1.2	Estructura y organización empresarial del sector .....	7
1.3	Tendencias del sector: productivas, económicas, organizativas, de empleo	7
1.4	Misión, visión y valores.....	11
1.5	La cultura de la empresa .....	12
1.5.1	Imagen corporativa.....	12
1.5.2	El Logo .....	14
1.6	Sistemas de calidad y seguridad aplicables en el sector.....	15
II.	ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO.....	16
2.1	Análisis PESTEL .....	16
2.2	Análisis DAFO .....	17
III.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	18
3.1	Organigrama de la empresa.....	18
3.2	Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.....	19
3.2.1	Dirección General.....	19
3.2.2	Área comunicación, normativas y atención al asociado .....	19
3.2.3	Área administració.....	19
3.2.4	Área internacional, promoción – comunicación & social media.....	20
3.3	Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo. ....	21
3.4	Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional. ....	22
III.	PLAN DE MARKETING .....	22
4.1	Estrategia de marketing .....	22
4.2	Herramientas del Marketing Operativo.....	23
4.2.1	El servicio .....	23

4.2.2 El precio .....	23
4.2.3 La promoción.....	24
4.2.4 Participación en Ferias .....	24
4.2.5 Canales de distribución .....	24
IV.    DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO .....	25
5.1 Objetivos del puesto .....	25
5.2 Descripción de Tareas .....	25
5.3 Relaciones.....	26
5.4 Disponibilidad .....	26
5.5 Documentación .....	26
5.6 Ambiente .....	27
5.7 Riesgos .....	27
5.8 Dedicación.....	27
5.9 Integración.....	28
V.    REFLEXIÓN FINAL.....	29
VI.    BIBLIOGRAFIA.....	30
VII.    Índice de Ilustraciones y Tablas .....	30

# I. ANTECEDENTES

Y

## CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

### 1.1 Actividad de la empresa y su ubicación en el sector

ASEPRI es una asociación que agrupa a la mayoría de las empresas españolas de ropa y productos para niños y bebés.

Fue creada en 1991, y al principio la asociación estaba compuesta solo por fabricantes de moda infantil. Es en 2003, cuando el ICEX se comunicó sobre las necesidades de crear una asociación para las empresas de puericultura infantil, que el sector de la puericultura se unió a ASEPRI, ya que el sector de la moda infantil y puericultura comparten muchas similitudes.



Ilustración 1: Historia ASEPRI

Fuente: Elaboración propia

La Asociación Española de Productos para la Infancia se define como el **partner que acompaña** a las empresas españolas del sector a **Crecer**.

A través de un fomento de la calidad, el diseño, la innovación y la seguridad, ASEPRI propone a sus socios soporte constante y las mejores herramientas para impulsar su promoción e internacionalización gracias a los servicios adecuados.

Su objetivo es el crecimiento de estas empresas proponiéndoles oportunidades de negocio en España y al extranjero.

Sus actividades principales son:

- La promoción de sus socios
- La organización de eventos promocionales como ferias y otros eventos B2B offline, y colaboraciones con todos los actores del sector
- Solicitudes de ayuda ICEX
- La búsqueda de clientes potenciales dentro y fuera de Europa,
- ASEPRI es el PARTER en España para buscar a nuevas marcas y tendencias.

Sin olvidar que ASEPRI es propietario de la marca Baby Kid España. La marca **Baby&Kid products from Spain** es una feria de moda infantil y puericultura que se celebra cada año en las instalaciones de Feria Valencia.

La Asociación Española de productos para la infancia, ha creado la marca Baby&Kid con el objetivo de promocionar y conectar a compradores, agentes y distribuidores internacionales con las marcas de puericultura, moda y calzado infantil españolas, que destacan por el valor añadido de sus colecciones, su creatividad y diseño, y especialmente por su gran calidad con precios democráticos.

## 1.2 Estructura y organización empresarial del sector

Según el DLE, una asociación es un “Conjunto de los asociados para un mismo fin y, en su caso, persona jurídica por ellos formada.”

Hoy en día, ASEPRI cuenta 180 marcas asociadas y promueve a más de 300 marcas de productos para bebés y niños. Es el líder del sector internacional con exportaciones que representan el 57% de todas las ventas de moda y calzado infantil, y el 38% de las de puericultura.

En cuanto a los productos en el sector, ASEPRI clasifica los artículos que promociona en 3 categorías:

- **Moda** Bebés y/o Niños
- Artículos de **Puericultura**
- **Zapatos**

Del lado de los actores, los socios de ASEPRI son solamente marcas españolas, pero los clientes de estas pueden ser tanto consumidores finales como compradores profesionales.

En caso de que sean clientes profesionales, diferenciamos a las

- Tiendas,
- Cadenas de tiendas,
- Marketplace y
- Agentes compradores.

## 1.3 Tendencias del sector: productivas, económicas, organizativas, de empleo

Las dos tendencias principales de ASEPRI son las siguientes:

- Popularización del **Hecho en España**
- Aparición de productos **Eco** responsables

Tres años después de la crisis de Covid-19 todavía estamos en un periodo de importantes cambios, tanto sociales que económicos, los cuales han tenido repercusiones en los hábitos de compra y en los estilos de vida de los consumidores españoles y extranjeros.

En un mundo todavía más informado sobre las consecuencias de los químicos y que ya sufre de las consecuencias del cambio climático, cada vez son más las tiendas que venden productos sostenibles, todavía más en el mercado infantiles.

Esta tendencia se traduce con la aparición y desarrollo de 2 nuevos tipos de productos, cada vez más buscado por los consumidores.

- **De un lado los productos dichos Ecológico o Eco-responsable**

Los productos ecológicos son, por definición, aquellos que han sido producidos en base a unas normativas que buscan la protección y el cuidado el medio ambiente.

Hablamos también de producto eco-responsable cuando nos referimos a un producto diseñado con productos naturales y/o sostenibles y fácilmente reparables, pero también a un producto local, orgánico, ético o de comercio justo. Sin embargo, hay que tener cuidado con este término, porque no existe una definición oficial en Europa para definirlo.

- **Del otro lado, los productos hechos en España / Europa**

Son todavía más populares y buscados por los consumidores los productos que viene de su país. Efectivamente, un producto que viene de Europa tiene que respetar criterios de producción lo que garantiza una cualidad superior (que los que salen de fábricas asiáticas) al comprador.

**Otras tendencias en el sector:**

- Uso de tejidos tecnológicos

Se popularizan los llamados textiles inteligentes.

Estos textiles cuentan con filtros UV, protección antimaterial, repelentes y biodegradables, y se pueden utilizar en todo tipo de prendas. También es bueno en jeans, ropa casual, ropa deportiva, ropa de playa, incluso en ropa para bebés y niños. Las empresas recurren cada vez más a estos tejidos funcionales.

- Impresión 3D para la industria de la moda

La impresión 3D es una nueva tecnología muy utilizada en la industria, pero aún no mucho en el sector textil. Actualmente, este sistema ha comenzado a utilizarse en diversos sectores. Probablemente en el futuro se utilizara todavía más esta técnica para ayudar a diseñar y fabricar ropa a medida o incluso zapatos más rápidamente con una impresora 3D.

- El poder de las redes

En la industria textil, como en muchas otras, Internet puede utilizarse como fuente de transmisión, almacenamiento de datos e incluso control y simulación.

Además, la creación de una red de conexiones hace parte del proceso de digitalización, que es un proceso esencial para la transformación digital, que es de alguna manera la mayor tendencia industrial que tenemos ahora n.

- Nuevas materias primas y su potencial

Cada vez es más habitual encontrar ropa adecuada para mantener una temperatura determinada, lo que resulta muy útil para deportistas, como personas que se enfrentan a condiciones climáticas adversas o también que necesitan ropa resistente como los niños.

En la industria textil es fundamental desarrollar habilidades para la fabricación de nuevas fibras de alto rendimiento con carbono, polímeros e incluso si pueden ofrecer soluciones para el reciclaje de residuos.

- Moda sostenible y ecológica

La personalización es la nueva tendencia que define esta era. Los clientes de hoy, quieren cosas específicas que se adapten a sus gustos y que puedan probar antes de comprar; claramente, la ropa, no sería la excepción.

Las tecnologías inmersivas como la realidad aumentada y la realidad virtual permiten a los usuarios y clientes potenciales ver y saber cómo se verá una determinada prenda si es mejor en violeta, naranja, amarillo, más ancha, pero cortada o estampada. En otros casos, aprovecha el poder de asistentes de voz como Alexa, que se convierten en asesores de moda.

Esta integración de tecnologías podría reducir el consumo de agua y eliminar los residuos relacionados con el proceso de producción y consumo de artículos de moda.

En resumen, las tendencias dentro de ASEPRI son:

Especialización en moda infantil y oferta de productos Premium con colecciones atractivas, imagen de marca, excelente atención al cliente, especialización, etc.

Hoy en día, ASEPRI esta presente en los principales mercados:

Francia, Italia, Portugal, Grecia, Alemania, Reino Unido y Rusia. Más allá de las fronteras europeas se incluyen EAU, Israel, México, Estados Unidos y China.

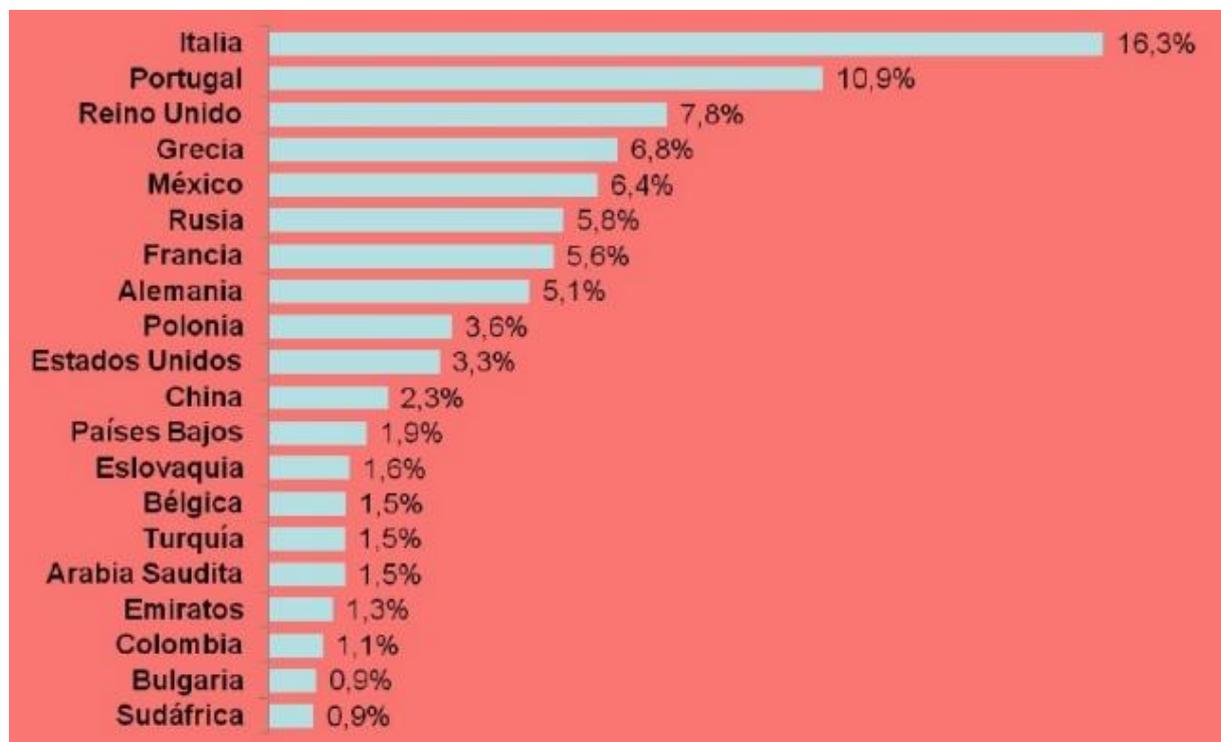


Tabla 2: Distribución de las exportaciones por países  
Fuente: ASEPRI

## 1.4 Misión, visión y valores

La **Misión** de ASEPRI es acompañar a las empresas españolas del sector de la moda infantil a crecer económicamente, tanto en España como internacionalmente. Ofreciendo soporte continuado y las mejores herramientas para impulsar su promoción e internacionalización con los servicios adecuados en el entorno actual de mercado. Fuente: ASEPRI.com

A promover el comercio local e internacional, también lucha para permitir que las marcas españolas sean las más competitivas del mercado, y eso consiguiendo acuerdos sectoriales desarrollando productos y servicios lo que defiende los intereses comunes de las empresas del sector.

Su **Visión** se podría ilustrar con la frase “**juntos somos más fuertes**”, quiere lograr la mejora promoción y competitividad de las marcas del sector.

Efectivamente, ASEPRI ve al trabajo de equipo como una fuerza que ayuda a todos los participantes al mismo momento. Además, promover a las empresas españolas en otros países hace también la promoción de España en sí, lo que beneficia a la economía española en su conjunto.

Sobre sus **Valores**, la Asociación Española de Productos para la Infancia, promueve el profesionalismo, la reactividad, la benevolencia y un espíritu familiar.



Ilustración 3: Misiones, Visión y Valores de ASEPRI  
Fuente: Elaboración propia.

## 1.5 La cultura de la empresa

La **cultura** empresarial de ASEPRI se podría definir como **familiar**.

Compuesto solamente de mujeres, el equipo ASEPRI tiene una reputación admirable desde su colectivo debido su relación personalizada con cada socio lo que le ayuda en la rapidez por la cual solucionan problemas.

Por mi experiencia personal, mis prácticas en ASEPRI me han dado la oportunidad de conocer a un equipo compuesto de mujeres increíbles, muy profesionales, pero también pedagogas y pacientes que me han ayudado a descubrir realmente su cotidiano de trabajo en la oficina.

ASEPRI es un ejemplo perfecto de empresa con participación importante de las mujeres, todavía más en el liderazgo efectivo que se tiene en las decisiones empresariales y por ende en la económica. De hecho, ASEPRI ya ha cumplido dos de las metas del **quinto objetivo** de la agenda sostenible 2030:

Igualdad de Género.

- “5.a Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.”
- “5.b Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular de la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres.”

Fuente: UN

### **1.5.1 Imagen corporativa**

La imagen corporativa de la empresa se define como la imagen que el público tiene de la empresa en el mercado o como la empresa, los servicios y sus productos son percibidos en el exterior. Se trata del desempeño de la empresa y sus actividades. Una imagen corporativa positiva es una ventaja, ya que ayuda a aumentar las ganancias de la empresa y atraer accionistas, socios comerciales y clientes.

Fuente: ESERP Business School

La Asociación Española de Productos para la Infancia se ha diseñado, gracias a su página web y redes sociales, una imagen corporativa moderna, digitalizada y especializada.

Trabajando con productos para la infancia, ASEPRI utiliza mucho los colores para atraer al cliente online pero también como código, para clasificar sus acciones, por ejemplo. En su web podemos notar segmentando por colores las diferentes áreas de trabajo, como puede ser:

- Web modo Corporativo: dirigido para empresas del sector infantil
- Área Comprador en inglés y español.
- Show, Eventos y Showrooms.
- Rediseño de fichas de las marcas para que estas sean más atractivas ect.

Fuente: asepri.com

ASEPRI + NOMBRE DE ACCIÓN

CUANDO SE UTILIZA  
Piezas de comunicación específica de la acción

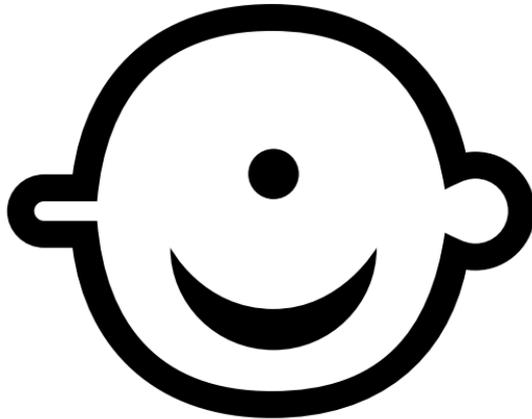


Ilustración 3: Segmentos web ASEPRI

Fuente : Desarrollo gráfico identidad corporativa ASEPRI

## 1.5.2 El Logo

Conceptos básicos



### Historia del Logo (nació en el año 2005)

El sector de los productos españoles para la infancia cuenta con el logotipo del sector que recoge los valores y la esencia del trabajo de todas las empresas que se dedican a la moda infantil y la puericultura españolas.

Este símbolo, creado por el diseñador valenciano Daniel Nebot, se desarrolla a partir del concepto "felicidad", concretado gráficamente en la representación de una cara infantil, singularizada con una personal representación, mitad perfil, mitad frontal, en la que destaca un solo ojo coronando una rotunda sonrisa.

La imagen gráfica nace con el objetivo de convertirse en seña de identidad para todo aquel producto que lleve su símbolo en la etiqueta, proporcionando un valor añadido de calidad, seguridad, diseño e innovación. La adopción y utilización de este logotipo por parte de las empresas españolas de productos para la infancia le proporciona al consumidor la garantía de que está adquiriendo un producto diseñado para adaptarse a las necesidades de la infancia, de que hay detrás un equipo de diseño e investigación que protege la seguridad de sus hijos, tanto en materiales, formas o diseño. La representación de esta cara infantil y "feliz" supone, en definitiva, la confianza de un producto español bien hecho.

Ilustración 4: Historia del Logo ASEPRI  
Fuente: Manual Marca ASEPRI

Otra fuente importante en la imagen de ASEPRI, sus colores.

Los colores utilizados por ASEPRI son el rosa, el azul, rojo y amarillo, que fueron elegidas porque son colores de alegría.

Colores corporativos



Ilustración 5: Colores Corporativas ASEPRI  
Fuente : Manual Marca ASEPRI



Ilustración 6: Segmentos Web ASEPRI  
Fuente: Asepri.es

Porque estas colores:

- El **rosa** representa lo positivo, la bondad, la sensibilidad, el sentimentalismo, la cortesía, la infancia y la inocencia.
- El **azul** representa en muchas partes del mundo la libertad, la verdad, la armonía, la lealtad y la seriedad. Pero este color también está asociado a la energía física y al deporte.
- El **rojo** es el color de la pasión, amor, energía y calidez.
- El **amarillo** claro es un color ligado a la alegría, la inteligencia y la originalidad. (información proporcionada por [www.invesa.es](http://www.invesa.es))

## 1.6 Sistemas de calidad y seguridad aplicables en el sector

La aplicación de estándares de control de calidad en la industria textil implica incorporar un conjunto de actividades encaminadas a verificar si un producto cumple con criterios mínimos de calidad (internos y externos), así como identificar problemas, defectos y desviaciones en el proceso productivo.

Sin embargo, ASEPRI, ya que no ofrece ningún tipo de producto, entonces no hace uso de ningún tipo de certificado de calidad.

Los sistemas de calidad y seguridad de los productos que promueve la asociación son a la carga y responsabilidad de las empresas que los producen.

## II. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO.

### 2.1 Análisis PESTEL

Un análisis PESTEL es una herramienta que se usa para obtener una imagen del entorno macroeconómico de una industria y informarse sobre cómo puede afectar e influir en un negocio. Esta técnica permite a una empresa tener una idea de los factores que pueden afectar su industria.



Ilustración 7: Análisis PESTEL  
Fuente: Elaboración propia

## 2.2 Análisis DAFO

El análisis DAFO, también llamado FODA, es una técnica utilizada para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas dentro de un negocio o proyecto específico. La realización de este análisis permite identificar oportunidades de mejora dentro de una empresa y localizar las debilidades de su entorno que podrían afectarla. A continuación, vamos a ver el análisis DAFO de ASEPRI.

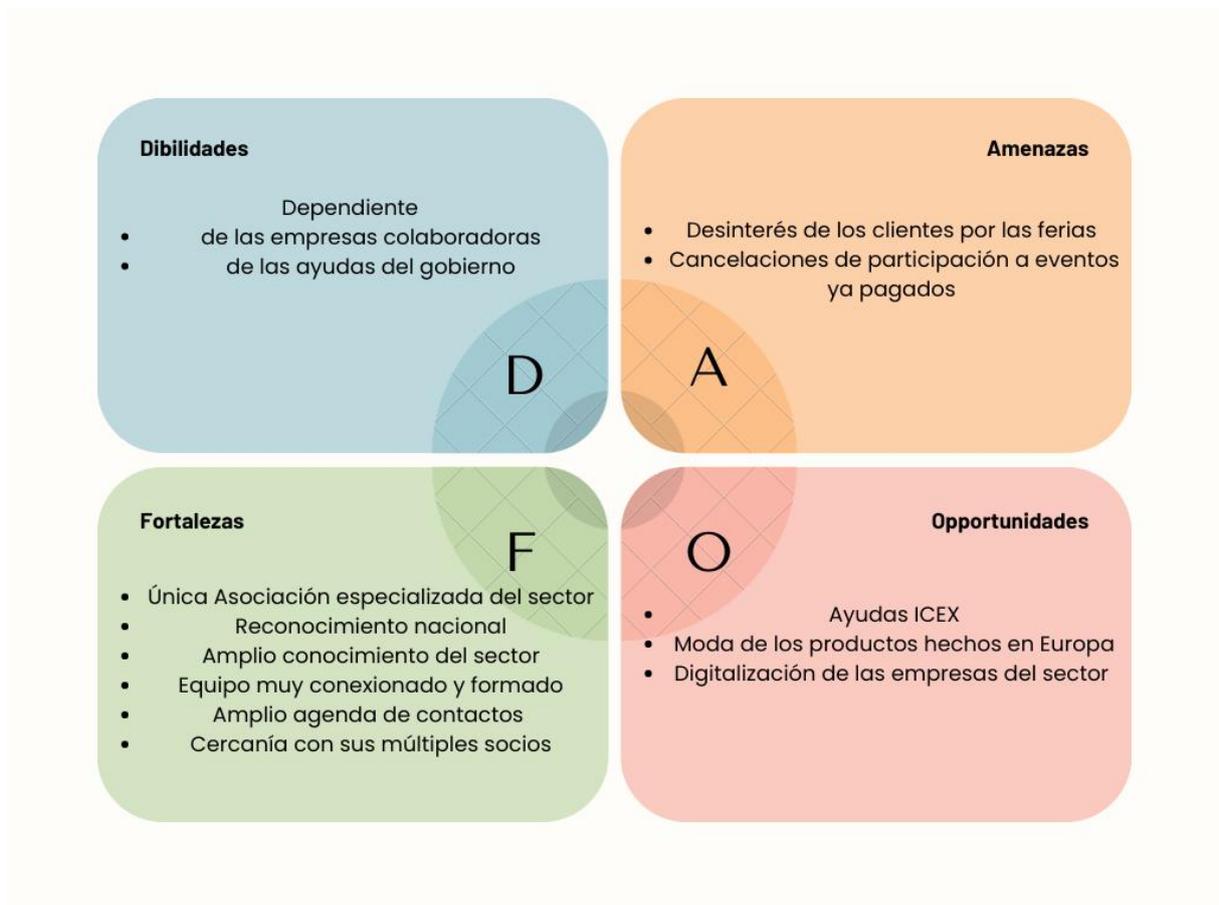


Ilustración 8: Análisis DAFO  
Fuente: Elaboración propia.

### III. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

#### 3.1 Organigrama de la empresa

La oficina de la Asociación Español de productos para la infancia se compone de tres aulas. Una oficina privada para la directora Lores Segura, una sala de reunión y entre los 2 un grande espacio abierto donde están los puestos de trabajos del equipo. La reunión de los espacios de trabajo de todos los miembros del equipo de trabajo en un piso-oficina facilita los intercambios, favorece un ambiente casi familiar y permite relaciones funcionales entre los departamentos.



Ilustración 9: Organigrama del Equipo de ASEPRI  
Fuente: Elaboración propia

## **3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.**

### **3.2.1 Dirección General**

El **departamento de dirección** se encarga de la dirección general de la asociación y sus distintos departamentos.

Este departamento tiene como funciones:

- Representante visible de ASEPRI.
- Interlocutora frente a los distintos organismos y Lobby.
- Estudiar con antelación las acciones que se podría implementar en un futuro, y planificar una estrategia a corto plazo.
- Dirigir la asociación, controlando el funcionamiento de cada departamento.
- Contacto directo con los socios.
- Intermediaria de unión entre las asociaciones y la Junta Rectora

### **3.2.2 Área comunicación, normativas y atención al asociado**

El departamento de Comunicación se ocupa en la comunicación entre ASEPRI y los diferentes socios, posibles asociados como con el colectivo no asociado.

La mayor función de este departamento es la atención y captación de asociados. También se encarga del departamento de diseño y patronaje, así como de las normativas y de los agentes nacionales.

### **3.2.3 Área administración**

El departamento de administración se encarga de la contabilización general de la empresa. Sus funciones son las siguientes:

- Recepción y emisión de facturas y de nóminas.
- Gestión administrativa de recursos humanos y financieros.
- Administración y liquidación de impuestos.
- Supervisión de los movimientos bancarios.
- Negociación con los bancos.
- Asignación de los recursos necesarios para cada departamento.
- Controlar el presupuesto de ASEPRI y el análisis de las desviaciones.

- Atender la auditoría financiera de ASEPRI.

### **3.2.4 Área internacional, promoción – comunicación & social media**

El departamento internacional se comparte en tres:

- Promoción
- Coordinación y gestión financiera
- Promoción y gestión de los Redes Sociales

De manera general, las funciones de este importante departamento son:

- Atender a los clientes internacionales.
- Ayudo para la internacionalización de las empresas.
- Interlocutor con el ICEX (instituto de comercio exterior).
- Informar a los asociados de las ayudas.
- Publicaciones de todas las acciones que se hacen desde la asociación.
- Video 360º promocionando los productos de las marcas participantes.
- Hacer promoción de las empresas asociadas y de sus nuevas colecciones.
- Captar nuevos socios, publicando razones por las cuales ser socios de ASEPRI, los beneficios para las empresas, cómo les ayudan a crecer
- Promover ferias, descuentos, e-magazines, etc...

Finalmente, aunque cada una está responsable de un departamento diferente, cada miembro del equipo ASEPRI es polivalente y debe saber hacer de todo de forma que, si una compañera no está a la oficina, no bloquea ninguna tarea. Además, todas las tareas son complementarias, lo que requiere hacer reuniones de equipo regularmente para compartir las informaciones sobre las diferentes misiones del grupo.

### 3.3 Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa.

#### Sistemas y métodos de trabajo.

Dentro de ASEPRI cada departamento tiene su función, pero todos están conectados. Todos los documentos están a disposición del equipo así que cada una puede acceder libremente a una información, que sea de su departamento o no. Esto permite una comunicación interna fluida dentro de la asociación, lo que disminuye las transacciones para la recepción de datos.

Durante mis prácticas en ASEPRI pude notar el método de trabajo de ASEPRI es el **trabajo de equipo**. Se comparten las tareas, por ejemplo, se pueden hacer por palera de momento que cada una es responsable de su organización, pero sabiendo que a cada momento se puede preguntar ayuda a una compañera si se necesita.

Sobre los sistemas más usados, ASEPRI trabaja mucho con:

- **Excel**, para la creación y manejo de bases de datos.
- **Mailerlite**, para el envío de newsletter.
- **Gmail**, para comunicar y mandar informaciones a clientes, socios o compañeras de trabajo. Se hace todo mediante correo.
- **Skype**, para comunicar entre nosotras en la oficina.
- **WhatsApp** para permitirnos contactar más fácilmente al extranjero, cuando el email no funciona, por ejemplo.
- **Linkedin**, para permitir la búsqueda de nuevos agentes comerciales, tiendas, ect.
- **Instagram & Facebook**, que son las principales redes sociales de ASEPRI, que se usan para comunicar con el público.
- **Canva**, usado para diseñar publicaciones de redes sociales y crear newsletters.

### **3.4 Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional.**

Según la RAE, el convenio aplicable a una empresa como ASEPRI, es un “convenio vinculante entre los representantes de los trabajadores y los empresarios” que regula las condiciones de trabajo.

ASEPRI se arraiga del Convenio Colectivo del sector de Oficinas y Despachos de Valencia y su provincia publicado en el boletín oficial de la provincia de Valencia N°244 creado el 20 de julio del año 2019. (Lo que es un convenio colectivo provincial, ya que únicamente se trabaja en la provincia de Valencia.)

## **III. PLAN DE MARKETING**

El plan de marketing es un documento que elaboran las empresas al organizar un proyecto, un trabajo o al crear un negocio. Describe cómo piensan lograr los objetivos de marketing lo que ayuda a administrar y facilita los esfuerzos de marketing.

Fuente: Economipedia

### **4.1 Estrategia de marketing**

La Asociación Español de Productos para la Infancia es la única en el país, en consecuencia, ASEPRI no tiene competencia directa.

ASEPRI ofrece un servicio único en España, ya podría ser similar a ICEX (Instituto de Comercio Exterior ), las dos entidades no son en competencia, al contrario.

ASEPRI y ICEX trabajan juntos para mejorar competitividad de las empresas españolas, promocionarlas a nivel internacional, y captar inversiones extranjeras hacia España. ICEX ofrece a las empresas españolas ayudas financieras para su desarrollo cuando ASEPRI, mucho más especializado en la infancia, ayuda las empresas del sector que encuentran las oportunidades de negocio tipo ferias y/o clientes potenciales.

## 4.2 Herramientas del Marketing Operativo

### 4.2.1 El servicio

ASEPRI es una empresa de servicio que ofrece un servicio personalizado y que propone varias actividades a la carta para pequeñas, medianas y grandes empresas.

ASEPRI acompaña a las empresas en su proceso de crecimiento ofreciéndoles un soporte continuado con las mejores herramientas para ayudar a su internacionalización y promoción con servicios adecuados al entorno actual del mercado infantil.

Su objetivo es ayudarlas a crecer en los mercados internacionales mientras se desarrolla su digitalización y sostenibilidad.

Una de sus funciones principales es dar visibilidad a las empresas en los mercados exteriores tomando medidas seguras y personalizadas de acuerdo con los objetivos de la empresa.

### 4.2.2 El precio

Por ser asociado y beneficiar de todas las ventajas que ofrece la asociación, como rebajas y prioridades para eventos, se cobra una **cuota mensual de 120 € + iva 21%**.

Para las empresas no socias, pero interesadas en participar a un evento con la asociación, pueden, sin necesidad de asociarse, pero tendrán que registrarse pagando la tasa de la acción promovida.

Ya que la asociación suele tener un pabellón representando a las marcas españolas de moda infantil, muchas son las empresas no asociadas que participan mediante ASEPRI en ferias internacionales. Por lo tanto, participar a ferias con ASEPRI permite tener una ubicación privilegiada.

De hecho, hoy en día, **ASEPRI cuenta 180 socios**, pero representa a **más de 300 marcas**.

De la misma manera, la asociación generar ingresos gracias a la organización de acciones como, la realización de Brooks, showrooms, video 360°, gestión y promoción en ferias etc.

#### **4.2.3 La promoción**

La relación entre la Asociación de productos para la Infancia y sus marcas asociadas es una relación de ayuda. ASEPRI hace la promoción de las marcas, pero ellas también hacen la promoción de la Asociación hablando con otras marcas y profesionales del sector que podrían estar interesados en sus servicios.

Mas concretamente, ASEPRI hace su promoción mediante:

- Organismos oficiales, como ICEX con quien trabaja
- Participación en ferias nacionales e internacionales
- Envío de newsletter
- Redes Sociales (mediante LinkedIn, Instagram y Facebook)

#### **4.2.4 Participación en Ferias**

ASEPRI participa, con varias marcas españolas del sector infantil, todos los años a varias ferias como:

- Dia mágico + FIMI (Valencia)
- PITTI BIMBO + PITTI CONNECT (Italia)
- CBME Shanghai (China)
- Kind & Jugent (Alemania)

#### **4.2.5 Canales de distribución**

Como no ofrece productos de ASEPRI, no distribuye. Ofrece estudios para gran distribución, tiendas multimarca, al gran almacén o tiendas online, entre muchos otros.

## IV. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

### 5.1 Objetivos del puesto

Mi principal objetivo durante mis prácticas en ASEPRI era de descubrir cómo se trabajaba realmente a nivel internacional, aprender cómo tratar con clientes extranjeros y ver el proceso de internacionalización de marcas.

### 5.2 Descripción de Tareas

En mi día a día en ASEPRI mis tareas son:

- Todos los días, seguir y responder a los correos electrónicos de marcas asociadas o no, clientes invitados al showroom, y organizadores de ferias extranjeras.
- Ocasionalmente, tenía que realizar llamadas en Español, Frances e Ingles a agentes comerciales/ compradores internacionales para la organización de eventos.
- Regularmente, actualizar bases de datos sobre agentes comerciales, marketplaces, compradores internacionales, ferias y cadena de tiendas.
- Creación y actualización cotidiana de bases de datos para controlar los asociados interesados en participar a un evento o feria internacional.  
(Para el Showroom, Dia Magico y Passion Bébéb Lyon)
- Estudio de marketplaces de varios países con marcas infantiles de moda, ceremonia y comunión.
- Traducción de correos y newsletters de español a inglés y/o Frances.

- Envío de newsletters personalizadas para cada público objetivo.  
Publico diferente según el sujeto del correo, en mi caso, estuve encargada de los envíos a los invitados de África para el Showroom y Día mágico.  
También estaba en carga del contacto con la Organización de la Feria de Puericultura, Passion Bebe Lyon para la organización y negociación de la participación de las marcas españolas y ASEPRI a esta feria Francesa.

### 5.3 Relaciones

La Asociación de Productos para la Infancia al ser una estructura pequeña, todos los departamentos están conectados.

En el Área de Promociones Internacionales (donde estaba de practica), estábamos en relación constante con los otros departamentos.

### 5.4 Disponibilidad

El diario en ASEPRI no suele necesitar tener disponibilidad para salidas o viajes fuera de la oficina. Sin embargo, todos los años el equipo de ASEPRI participa con sus socios en varias ferias en el mundo y mínimo 2 personas del equipo acompañan a los socios. Sin olvidar el Showroom que organizan casi todos los años en Mayo en Valencia, para el cual se trabaja para montar los stands y poder recepcionar a los invitados internacionales.

### 5.5 Documentación

Todas las bases de datos de ASEPRI se hacen mediante **Excel** así que se usa a diario, al mismo tiempo que **Gmail**, para la comunicación con los clientes y proveedores. También el programa **Canva** se utiliza mucho para la creación de newsletter,

Se generan también documentos **Words** con registros de conversaciones y/o infamaciones sobre clientes, Textos de newsletter traducidos en varios idiomas, ect.

Todos los documentos creados por el equipo están registrados en el servidor de la computadora de la oficina, al cual todos los miembros del equipo ASEPRI tienen acceso.

## **5.6 Ambiente**

En la oficina de ASEPRI se realiza el trabajo en un ambiente familiar.

Tanto por su distribución del trabajo, como por la infraestructura de la oficina, las mujeres de ASEPRI trabajan codo con codo, en la asistencia y benevolencia diaria.

Durante mis prácticas, pude aprovechar la pedagogía de mi coordinadora de prácticas Eva Segura y de los otros miembros del equipo, quienes me enseñaron poco a poco a descubrir su día a día en ASEPRI.

## **5.7 Riesgos**

En ASEPRI se trabaja entre 7 y 8 horas al día, en una oficina a que se localiza en un segundo piso al cual se puede acceder por escaleras o ascensor. Además, ASEPRI ofreciendo en servicio a sus clientes, no vende productos físicos, y a parte de un pequeño almacén que contiene viejos documentos y una papelería de reservas para la oficina, así que las personas de la oficina no suelen exponerse a grandes riesgos.

## **5.8 Dedicación**

Mis horarios han sido, los Lunes, Miércoles y Viernes de 8:00 a 15:00 y los Martes y Jueves de 9:00 a 14:00 y de 15:00 a 18:00 con un total de 37 horas semanales.

Todos los días distribuía mi tiempo en las tareas según el nivel de importancia de estas. La primera acción del día era siempre abrir mi Gmail y responder a todos los correos recibidos. Después, verificaba si tenía tareas pendientes, si era el caso priorizaba la más importantes y a continuación la más rápidas por hacer.

En el caso de haber finalizado ya todas las tareas, preguntaba a mi coordinadora de prácticas si necesitaba ayuda y de no ser el caso, también ayudaba en los otros departamentos internacionales.

## 5.9 Integración

El requisito el más importante que se debe cumplir para cubrir las exigencias de cualquier puesto de trabajo, en ASEPRI como en cualquier empresa, es tener ganas de querer trabajar y esforzarse.

Dependiendo del departamento asignado, no se proporciona ningún tipo de curso de formación para entrar en ASEPRI pero si que se tiene que tener un buen dominio de Excel, redes sociales y tener una buen comunicación y presentación.

Sin olvidar por su puesto que, para trabajar a la Asociación de Productos para la Infancia, se tiene que hablar muy bien el Español e Inglés, para poder comunicar tantan con los socios que sus clientes.

No existe plan de acogida para nuevas incorporaciones, pero he tenido una formación continua desde el comienzo, gracias al trabajo mano a manos con el resto de las mujeres del equipo.

## V. REFLEXIÓN FINAL

Llegada la finalización del periodo de prácticas y con ellas el final de mi curso escolar del Ciclo en Comercio Internacional, quería antes de todo dar la gracia al equipo educativo de la Universidad Europea de Valencia que me apoyó, ayudó, capacitó a lo largo de estos 2 años de formación. Agradezco también a todo el equipo de ASEPRI que me permitió descubrir su día a día y aprendí a realizar el trabajo cotidiano para poder realizar el trabajo como una trabajadora más. Ha sido un placer haber podido formar parte del equipo, aunque haya sido por “poco” de tiempo.

En primer lugar, podemos destacar la influencia de la actualidad y las tendencias mundiales en el consumidor final, tanto como su impacto en las empresas del sector de la moda infantil. También podemos mencionar la continua adaptación a las nuevas tecnologías y cómo las empresas han transformado sus acciones diarias en respuesta al mundo digital, aprovechando así una gran oportunidad de comunicación y llegando a un público más amplio de lo que antes era posible.

En segundo lugar, notamos que para mejorar el posicionamiento de la empresa en su sector, se ha generado una planificación estratégica gracias al estudio de entorno general de la empresa, donde se han analizado por medio de análisis DAFO y PESTEL. Gracias a eso, y además todas las herramientas de marketing digital, ASEPRI ayudarán a impulsar su imagen en el sector infantil y a nivel internacional.

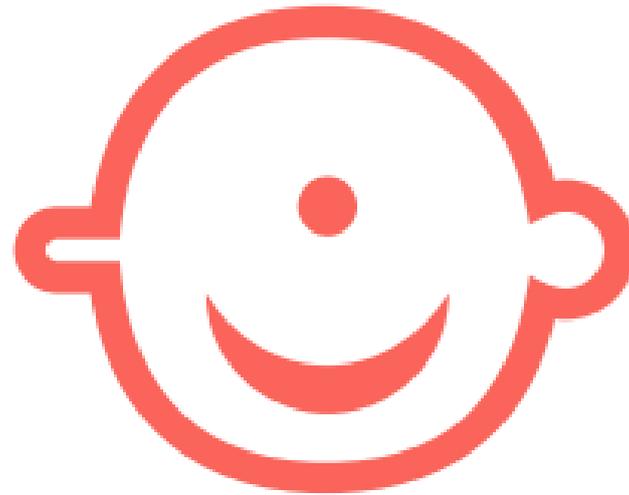
En conclusión, me ha gustado mucho esta experiencia laboral y me parece que deberíamos tener más oportunidades como esta desde pequeños. Lo que nos permitiría descubrir lo que es realmente el mundo del trabajo, en que consiste, que conocimientos son los más útiles, y sobre todo, si es como lo pensábamos e imaginamos y si realmente nos gusta el trabajo que queremos desempeñar.

## VI. BIBLIOGRAFIA

- ASEPRI
- Trabajo Final de Ciclo de Angie Gabriela De Pablos Espinoza y Marina Perz
- ICEX
- el Diccionario de la Lengua Española
- economipedia.com
- ecoagricultor.com
- europe-consommateurs.eu
- las Naciones Unidas
- ESERP Business School
- Online Browsing Platform
- Mercadotecnigeneralupana

## VII. Índice de Ilustraciones y Tablas

- Ilustración 1 : Historia ASEPRI  
Fuente: Elaboración propia
- Ilustración 2: Distribución de las exportaciones por países  
Fuente: ASEPRI
- Ilustración 3: Misiones, Visión y Valores de ASEPRI  
Fuente: Elaboración propia.
- Ilustración 4: Desarrollo gráfico identidad corporativa ASEPRI  
Fuente : Manual Marca ASEPRI
- Ilustración 5: Historia del Logo ASEPRI  
Fuente : Manual Marca ASEPRI
- Ilustración 6: Colores Corporativas ASEPRI  
Fuente : Manual Marca ASEPRI
- Ilustración 7: Segmentos Web ASEPRI  
Fuente: Asepri.es
- Ilustración 8: Análisis DAFO  
Fuente: Elaboración propia.
- Ilustración 9: Organigrama del Equipo de ASEPRI  
Fuente : Elaboración propia



**ASEPRI**



Baby & Kids Products from Spain

[www.asepri.es](http://www.asepri.es)