



PROYECTO FINAL
CURSO 2023/2024

CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD
PRÁCTICAS DELHOM COMUNICACIÓN

Alumno/a: **Salma Taha**

Tutor: **Luis Monreal Gonzalez**

Responsable en la empresa: **María Vila Prada**

UNIVERSIDAD EUROPEA DE VALENCIA

Índice

1. Antecedentes y contextualización de la empresa.....	3
1.1 Actividad de la empresa y su ubicación en el sector.....	3
1.2 Estructura y organización empresarial del sector.....	4
1.3 Misión, visión y valores.....	4
1.4 La cultura de la empresa: imagen corporativa, manual de identidad.....	5
2 . Análisis del Entorno General y Específico.....	9
2.1 Análisis DAFO.....	9
2.2 Análisis PESTEL.....	10
3. Plan de Recursos Humanos.....	11
3.1 Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.....	11
3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.....	11
3.3 Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.....	12
4. Plan de Marketing.....	12
4.1 Estrategia de Marketing.....	12
4.2 Herramientas del Marketing Operativo.....	14
4. 3 La relación con el cliente.....	14
5. Marketing y Diseño Digital.....	15
5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración.....	15
5.2 Plan de mejora online.....	16
5.3 Propuesta de logo.....	18
5.4 Propuesta en gestión de redes sociales.....	19
6. Definición del puesto de trabajo.....	20
6.1 Objetivos.....	20
6.2 Tareas.....	20
6.3 Relaciones.....	21
6.4 Disponibilidad.....	21
6.5 Documentación.....	21
6.6 Riesgos.....	22
6.7 Integración.....	23
7. Reflexión final.....	23
8. Bibliografía.....	24

Introducción :

Como parte de mi formación, elegí hacer mis prácticas en una pequeña empresa de comunicación dirigida por una empresaria dedicada y apasionada.

Esta empresa, aunque pequeña, tiene un impacto significativo en el mundo de la publicidad, gestionando campañas publicitarias para una gran variedad de clientes en sectores tan diversos como peluquería, empresa de venta de puertas y garajes, clínica de fisioterapia o estudio de iluminación profesional .

Elegí esta empresa por varias razones. En primer lugar, me interesaba la posibilidad de aprender de la jefa, que trabaja sola, lo que me daba una visión global del funcionamiento de la empresa. En segundo lugar, la empresa utiliza las redes sociales como principal canal de publicidad, un tema que me interesa especialmente.

Durante estas prácticas, mi objetivo era conocer en profundidad las estrategias de comunicación y publicidad que se utilizan en el mundo real, y también desarrollar mis capacidades de gestión de proyectos o creación de contenidos , ya que participaré en la planificación y ejecución de diversas campañas publicitarias.

En este trabajo final detallaré mi experiencia y los conocimientos que he adquirido durante estas prácticas, así como la forma en que he afrontado los retos que se me han presentado.

1. Antecedentes y contextualización de la empresa

1.1 Actividad de la empresa y su ubicación en el sector

Delhom Comunicación es una pequeña agencia de comunicación basada en Valencia, especializada en la gestión de contenidos digitales y redes sociales para pequeñas y medianas empresas. La empresa destaca por su trato personalizado y su compromiso con la calidad y la eficacia.

La principal actividad de Delhom Comunicación es ofrecer soluciones de comunicación digital a sus clientes. Esto incluye la creación de contenidos atractivos para sitios web y redes sociales, la gestión de cuentas en redes sociales, la optimización de SEO para mejorar la visibilidad en línea y la gestión de la comunicación diaria, hasta la gestión de la comunicación en el día a día, con el envío de notas de prensa, la elaboración de reportajes, la conversación en redes sociales y la gestión de entrevistas con los medios de comunicación. La empresa trabaja junto a sus clientes para comprender sus necesidades específicas y desarrollar estrategias de comunicación que se ajusten a sus objetivos empresariales.

En cuanto a su posición en el sector, Delhom Comunicación ocupa un nicho importante. Al centrarse en las pequeñas y medianas empresas, la agencia puede ofrecer un servicio personalizado que satisface las necesidades específicas de este segmento del mercado. Además, su modelo de negocio en línea le permite trabajar con clientes de toda la región y de fuera de ella, lo que le confiere una ventaja competitiva.

1.2 Estructura y organización empresarial del sector.

Es una pequeña agencia de comunicación con sede en Valencia, que opera íntegramente en línea. Esta estructura única le permite ser ágil y flexible, al tiempo que ofrece servicios de calidad a sus clientes.

La estructura de la empresa es simple pero efectiva. Cómo la dirige una sola persona, la jefa, puede tomar decisiones rápidamente y adaptarse a las necesidades cambiantes de sus clientes. Ella gestiona todos los aspectos del negocio, desde la estrategia de comunicación y la gestión de clientes hasta la creación de contenidos y el SEO.

La organización de la empresa también está adaptada a su modelo de negocio en línea. Sin oficina física, la empresa utiliza herramientas digitales para comunicarse con sus clientes y gestionar sus proyectos. Esto incluye el uso de plataformas de comunicación en línea, herramientas de gestión de proyectos y software de creación de contenidos. Esta estructura sencilla pero eficaz permite a la empresa ofrecer servicios de alta calidad sin dejar de ser ágil y flexible.

1.3 Misión, visión y valores.

Misión : Nuestra misión es proporcionar soluciones de comunicación digital eficaces e innovadoras para pequeñas y medianas empresas. Estamos especializados en la gestión de contenidos digitales y redes sociales, utilizando nuestra experiencia para ayudar a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos de comunicación y marketing. Trabajamos en línea, lo que nos permite ser flexibles y receptivos, al tiempo que ofrecemos servicios de alta calidad a nuestros clientes, estén donde estén.

Visión : Nuestra visión es convertirnos en un referente en comunicación digital para pequeñas y medianas empresas en Valencia y fuera de ella. Aspiramos a ser reconocidos por nuestro compromiso con la innovación, la calidad y el servicio al cliente. Imaginamos un futuro en el que todas las empresas, independientemente de su tamaño, tengan acceso a herramientas de comunicación digital de vanguardia que les ayuden a conectar con su público objetivo de una manera significativa y eficaz.

Valores : Nuestros valores están en el corazón de todo lo que hacemos en Delhom Comunicación. Creemos en la importancia de la integridad, la innovación y la excelencia en el servicio. Nos comprometemos a trabajar de forma transparente y honesta con nuestros clientes, anteponiendo siempre sus necesidades. Valoramos

la innovación y nos esforzamos constantemente por mejorar nuestros servicios y procesos. Por último, nos esforzamos por ofrecer un servicio excepcional a nuestros clientes, asegurándonos de que estén satisfechos en cada etapa de su experiencia con nosotros. Nuestro compromiso con estos valores nos guía en nuestro trabajo diario y nos ayuda a cumplir nuestra misión y visión.

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

- Nombre de la empresa

El nombre fiscal de la agencia es Delhom Comunicación y Proyectos S.L

- Sitio web

<https://delhomcomunicacion.es>

- Logotipo

LOGOTIPO EN FONDO BLANCO



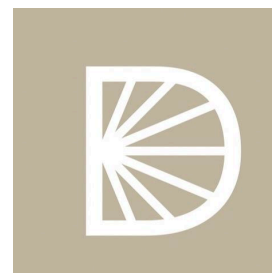
LOGOTIPO EN FONDO DORADO



SÍMBOLO EN FONDO BLANCO



SÍMBOLO EN FONDO DORADO



- Tipografía corporativa

La tipografía corporativa definida por la agencia es *Nexa* .

Light

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

1234567890

Extra Light

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

1234567890

Regular

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Bold



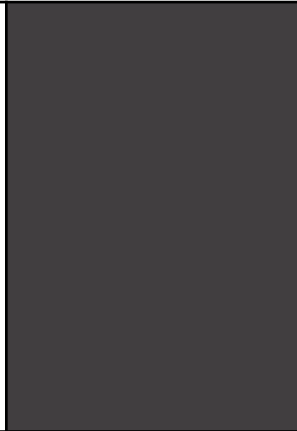

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890**

Extra Bold

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

- Colores corporativos

Los colores corporativos de Delhom son:

			
#c2b59c	#ffffff	#413e40	#c3b799

2 . Análisis del Entorno General y Específico

2.1 Análisis DAFO

Análisis DAFO	Debilidades	Fortalezas
Análisis Interno	<p>Tamaño del equipo: Sólo trabaja la jefa, lo que puede limitar la capacidad de la agencia.</p> <p>Falta de oficina física: puede dificultar el establecimiento de relaciones personales con los clientes.</p> <p>Recursos limitados</p>	<p>Especialización: Delhom es experta en contenidos digitales y medios sociales.</p> <p>Trabajo en línea: reduce costes y le permite trabajar con una gran variedad de clientes.</p> <p>Diversidad de clientes: tiene clientes de diferentes ámbitos, lo que estabiliza los ingresos.</p> <p>Tarifas competitivas porque es una agencia pequeña.</p> <p>Ágil y flexible</p>
	Amenazas	Oportunidades
Análisis Externo	<p>Competencia: el sector es muy competitivo.</p> <p>Rápidos cambios tecnológicos: Mantenerse al día en tecnología digital es fundamental.</p> <p>Cambios en los algoritmos de las redes sociales (para los clientes)</p>	<p>Crecimiento del mercado digital</p> <p>Evolución de las redes sociales</p> <p>Colaboración con otras agencias pequeñas</p>

2.2 Análisis PESTEL

P	E	S
Leyes sobre protección de datos y publicidad	Los tipos de interés, los impuestos y la oferta de sus servicios.	<p>Preferencias de los consumidores y normas</p> <p>Cambios en los comportamientos y preferencias del público objetivo del cliente.</p>
T	E	L
<p>Uso de inteligencia artificial y automatización previa de publicaciones</p> <p>Avances tecnológicos en medios de comunicación y publicidad digital.</p>	<p>Preocupación por la contaminación y responsabilidad medioambiental:</p> <p>la agencia trabaja en línea y no utiliza papel innecesario, imprimiendo sólo cuando es necesario.</p>	Normativas de protección de datos y privacidad.

3. Plan de Recursos Humanos

3.1 Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.



María Vila, responsable de Delhom Comunicación

La estructura organizativa de Delhom Comunicación es bastante particular. La directora de la agencia es la única empleada y gestiona todos los aspectos del negocio. Se encarga de gestionar los contenidos digitales, las redes sociales y las campañas publicitarias para varios clientes de distintos ámbitos.

3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.

Como he dicho antes, María Vila se encarga de todas las tareas. En primer lugar, prepara el dossier corporativo de la empresa cliente, que servirá de presentación a periodistas y medios de comunicación. Como no tiene oficina física, se desplaza a sus clientes para elaborar con ellos estrategias de comunicación, eligiendo con su ayuda los medios en los que quieren aumentar su visibilidad y los contenidos que quieren crear (ejemplo: organizar un sorteo en Instagram) para atraerles nuevos

clientes, y define sus objetivos calculando la rentabilidad de sus campañas publicitarias. A continuación, se encarga de gestionar sus cuentas de Instagram y de crear contenidos que reflejen sus marcas y sus identidades, así como respetar sus feeds y colores corporativos. También se encarga de las newsletters, enviando contenidos publicitarios personalizados a las direcciones de correo electrónico de sus clientes.

En resumen, desempeña varias funciones en la agencia, ya que es responsable de todas las tareas administrativas, financieras y operativas relacionadas con el funcionamiento del negocio. Además diseña y pone en marcha campañas publicitarias para varios clientes de distintos ámbitos, es responsable de crear, publicar y actualizar contenidos en varias plataformas digitales (incluye la redacción de blogs, artículos, publicaciones en redes sociales y la creación de contenidos visualmente atractivos para atraer al público objetivo), al tiempo que mantiene una comunicación constante con sus clientes para comprender sus necesidades y asegurarse de que los servicios prestados satisfacen sus expectativas.

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

Aunque trabaja desde casa, durante la semana puede reunirse con varios clientes de diferentes ámbitos, además de asistir a las ferias y eventos de sus clientes, ya que se encarga de filmar y editar los eventos del día, que luego publicará en las redes sociales de la marca. Produce contenidos visuales atractivos, por ejemplo en los vídeos de sus distintos clientes, ella es la que habla y tiene un gran poder de persuasión.

4. Plan de Marketing

4.1 Estrategia de Marketing

Delhom Comunicación ha puesto en marcha un sólido plan de marketing que le permite conectar eficazmente con sus clientes, diferenciarse en el mercado y prestar servicios de alta calidad. Sigue innovando y adaptando sus estrategias para satisfacer las necesidades cambiantes de sus clientes y del mercado.

- **Segmentación de mercado:** La empresa ha identificado que su target principal son las pequeñas y medianas empresas que buscan mejorar su presencia online. Segmenta su mercado en función del tamaño de la empresa, sector de actividad y localización geográfica.
- **Diferenciación :** Destaca por su experiencia en la gestión de contenidos digitales y redes sociales. Ofrece soluciones personalizadas a sus clientes, teniendo en cuenta sus necesidades específicas y objetivos de negocio.
- **Posicionamiento :** Se posiciona como una agencia de comunicación digital de confianza para pequeñas y medianas empresas. Se centra en ofrecer servicios de alta calidad que generen resultados medibles para sus clientes.
- **Comunicación eficaz :** Delhom utiliza diversos canales de comunicación para llegar a sus clientes como las redes sociales, el marketing por correo electrónico y su página web. Se esfuerza por comunicar de forma clara y concisa, proporcionando información relevante y útil a sus clientes.
- **Relaciones con los clientes :** Concede gran importancia al establecimiento de relaciones sólidas con sus clientes, y se esfuerza por comprender sus necesidades y ofrecer soluciones que las satisfagan. También mantiene una comunicación regular con sus clientes para asegurarse de que están satisfechos con sus servicios.
- **Seguimiento y ajuste :** Finalmente, la empresa entiende que el marketing es un proceso dinámico que requiere un seguimiento y un ajuste regulares, por eso supervisa constantemente la eficacia de sus estrategias de marketing y realiza los ajustes necesarios para garantizar la consecución de sus objetivos.

4.2 Herramientas del Marketing Operativo.

Delhom Comunicación utiliza diversas herramientas de marketing operativo para prestar sus servicios. Estas herramientas permiten a la agencia crear contenidos atractivos, gestionar cuentas de redes sociales, optimizar el SEO y gestionar la comunicación diaria.

Para crear contenidos atractivos para sitios web y redes sociales, la empresa utiliza herramientas como Adobe Creative Suite con Illustrator (para el diseño gráfico) o también Canva , Microsoft Word (para la redacción de contenidos) , y para la edición de vídeo, utiliza CapCut . Estas herramientas permiten a la agencia crear contenidos visualmente atractivos que atraen la atención de los usuarios y les animan a interactuar con la marca.

También utiliza Facebook Meta para gestionar las cuentas de redes sociales de sus clientes. Esta herramienta permite a la agencia programar publicaciones con antelación, lo que le permite mantener una presencia constante en las redes sociales sin tener que publicar manualmente cada post.

En cuanto a los precios, Delhom ofrece varios servicios y el precio depende del servicio elegido, que puede variar desde 150 euros por la redacción de una nota de prensa , 300 euros por el dossier corporativo de su empresa , y hasta 800 euros por la gestión, publicidad y creación de contenidos.

4.3 La relación con el cliente

La relación de Delhom Comunicación con sus clientes es un aspecto clave de su éxito. A pesar de trabajar sola, la directora de la agencia ha conseguido crear un ambiente positivo y productivo con sus clientes.

Por ejemplo, asistí a una jornada de creación de contenidos y rodaje para una empresa de venta de azulejos, cocinas y baños. La jefa era muy sonriente y sabía escuchar, lo que hizo que me sintiera a gusto desde el principio. Supo establecer un clima de confianza y respeto mutuo conmigo y con el cliente , sin dejar de ser profesional y centrarse en el objetivo de la jornada.

En otro contexto, asistí a una jornada en la que la responsable trabajaba con un cliente propietario de una clínica de fisioterapia. Una vez más, fue capaz de mantener una relación cordial con su cliente sin dejar de ser profesional. Este enfoque creó un ambiente relajado y productivo, fomentando una colaboración eficaz.

Estas experiencias me han demostrado que es una agencia que valora las relaciones con sus clientes. Entiende que cada cliente es único y requiere un enfoque personalizado , además que está siempre disponible para sus clientes por correo electrónico y siempre está dispuesta a escuchar para resolver cualquier problema o duda que puedan tener. Mediante la creación de un ambiente positivo y el establecimiento de relaciones sólidas, Delhom Comunicación es capaz de ofrecer un servicio de calidad a sus clientes, al tiempo que crea un entorno de trabajo agradable con sus clientes .

5. Marketing y Diseño Digital

5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración

La presencia online de Delhom Comunicación es un aspecto interesante de su funcionamiento. Aunque la agencia no tiene mucha presencia en las redes sociales, con cuentas de Instagram, Facebook y LinkedIn inactivas desde hace varios años, ha conseguido captar clientes gracias a su página web y sobre todo, al boca a boca de sus clientes actuales .

La web de Delhom Comunicación es su principal canal de comunicación y captación de clientes. Los clientes potenciales pueden contactar con la empresa a través del número de teléfono que aparece en el encabezado o por correo electrónico. Este sitio web es un activo importante para la agencia, ya que centraliza todas las interacciones con los clientes potenciales . Incluye una breve presentación de la agencia, sus servicios y una lista de sus clientes actuales.



Página de inicio de Delhom Comunicación

La agencia responde con rapidez a las consultas, comentarios y mensajes, lo que ilustra su dedicación a satisfacer las necesidades de sus clientes y ofrecerles una atención personalizada.

5.2 Plan de mejora online

Aunque Delhom Comunicación gestiona eficazmente las cuentas de medios sociales de sus clientes, no tiene presencia en las redes sociales. Es esencial para cualquier empresa y especialmente para una agencia de comunicación digital, tener una presencia activa en las redes sociales. Esto no sólo aumenta la visibilidad de la empresa sino que también demuestra sus habilidades y experiencia en el sector.

Algunas de las acciones a realizar pueden ser :

- **Mejorar la apariencia del sitio web** : Un sitio web de aspecto amateur o no optimizado dará una imagen poco profesional de la empresa y puede desanimar a posibles clientes . Con un diseño más moderno, Delhom puede atraer a más gente utilizando colores más vivos y añadiendo categorías como el Blog, donde se puede redactar artículos dando consejos sobre cómo las pequeñas y medianas empresas pueden mejorar su presencia en línea. Puede añadir también contenidos fotográficos o de vídeo de trabajos ya realizados como feeds de instagram de las cuentas de sus clientes .

- **Creación de contenidos en sus redes sociales** : Delhom puede crear contenido interactivo siguiendo tendencias en Instagram, Facebook y Tiktok, compartir trabajos realizados para clientes, compartir experiencias y testimonios de clientes, compartir vídeos detrás de las cámaras de días de rodaje, dar consejos sobre cómo gestionar las redes sociales de las marcas, etc.... y interactuar con su comunidad para aumentar la visibilidad y, por tanto, atraer a más clientes potenciales.
- **Publicidad online** : Invertir en publicidad online como anuncios en redes sociales o campañas de Google Ads para llegar a un público más amplio, lo que puede ser especialmente beneficioso dado que la agencia trabaja en línea. Esto significa que la agencia puede captar clientes no solo en Valencia, sino también en otras regiones y países.
- **Usar técnicas de optimización de motores de búsqueda** : Invertir en SEA (Search Engine Advertising) para ser sugerido en primer lugar cuando se busca una agencia de comunicación y publicidad, escribiendo palabras clave en el motor de búsqueda tales como: agencia de comunicación , agencia de comunicación valencia .
- **Colaboración con influencers:** Identificar y colaborar con influencers locales o especializados en el campo de la comunicación para promocionar los servicios de la agencia.

5.3 Propuesta de logo



Propuesta de logo para Delhom Comunicación

En este logotipo, he elegido una forma sencilla con las iniciales D de Delhom y C de comunicación, tachadas en el centro para darles una forma más original. He elegido la sencillez para que sea fácil de recordar para quienes lo vean aunque solo sea una vez, con un fondo azul para acentuar el efecto recordatorio y captar la atención, pero también porque suele asociarse a la confianza, la fiabilidad y la comunicación. También creo que el logotipo en su conjunto da una sensación más «lujosa» y profesional. La fuente que he elegido es **Blinker**, de tamaño 16 para Delhom y 13 para comunicación, y la referencia de color azul es **#004AAD**.

5.4 Propuesta en gestión de redes sociales

Aquí hay dos comparaciones del logotipo original en la página Instagram , y el logotipo que elegí yo:



delhomcomunicacion [Seguir](#) [Enviar mensaje](#) [+id](#) [...](#)

3 publicaciones 265 seguidores 273 seguidos

Delhom Comunicación
• Comunicación corporativa
📁 Gabinete de prensa
• Redes sociales
• Diseño Web
☎ +34 659 954 223
✉ vilaprada@delhomcomunicacion.es
Calle Creu Roja, 1, 608, Valencia 46014
🌐 www.delhomcomunicacion.es



delhomcomunicacion [Seguir](#) [Enviar mensaje](#) [+id](#) [...](#)

3 publicaciones 265 seguidores 273 seguidos

Delhom Comunicación
• Comunicación corporativa
📁 Gabinete de prensa
• Redes sociales
• Diseño Web
☎ +34 659 954 223
✉ vilaprada@delhomcomunicacion.es
Calle Creu Roja, 1, 608, Valencia 46014
🌐 www.delhomcomunicacion.es

6. Definición del puesto de trabajo

6.1 Objetivos

Durante estas prácticas, mi principal objetivo era adquirir experiencia en el mundo laboral ya que nunca he tenido la oportunidad de trabajar, y sobre todo adquirir experiencia en una agencia de comunicación, ya que este sector me interesa mucho y es en el que quiero trabajar en el futuro. También quería poner en práctica los diferentes conocimientos que he aprendido durante estos dos años de ciclos formativos, y enfrentarme a las dificultades que puedan surgir.

Además, he aprendido a ser autónoma y a sacar mi lado creativo escuchando instrucciones y teniendo libertad absoluta para hacer el trabajo a mi manera, respetando al mismo tiempo el sistema de los diferentes clientes. También tuve la gestión completa de uno de los clientes (empresa **Lacolada**) donde tenía acceso a la cuenta de Instagram desde mi teléfono y podía publicar posts e historias por mi cuenta (supervisada y validada por mi jefe para no hacer faltas de ortografía o gramaticales).

6.2 Tareas

- Creación de calendario de publicaciones
- Diseño de contenido visual (Diseño de publicaciones y historias respetando el feed de cada cliente)
- Redacción de copys
- Desarrollo de nuevas estrategias de comunicación
- Redacción de artículos para blogs
- Realización de video para campaña publicitaria
- Edición de videos largos y cortos
- Planificación de contenidos en Instagram y Facebook

- Desarrollo de una estrategia global para Instagram, LinkedIn y blog
- Búsqueda de un listado de medios e influencers con los números de teléfonos y emails

6.3 Relaciones

Mi relación con la responsable de Delhom Comunicación ha sido una experiencia enriquecedora. Trabajar directamente bajo su supervisión me ha permitido comprender en profundidad la gestión de contenidos digitales y redes sociales. Me guió a través de cada proyecto, compartiendo sus conocimientos y experiencia, mientras me daba el espacio para aprender y crecer. Me animó a tomar la iniciativa y aportar mis propias ideas, lo que aumentó mi confianza y mis habilidades comunicativas. Aunque no la veía demasiado porque trabajaba en línea, me mantenía en contacto con ella a través de su correo electrónico y Whatsapp, ya que le resultaba más fácil responder a mis dudas.

6.4 Disponibilidad

Mi horario de trabajo era de 7:00 a 15:00, pero como trabajaba en línea, podía seguir haciendo mi trabajo desde casa cuando tenía más tiempo libre.

6.5 Documentación

Las herramientas técnicas necesarias para llevar a cabo las distintas tareas son las siguientes:

- Illustrator : para la creación completa de publicaciones e historias .
- Canva : para elegir plantillas prediseñadas que sean visualmente atractivas , y cambiarlas según las necesidades de los clientes , añadiendo también elementos gráficos etc ..
- Capcut : para editar vídeos, cambiar la velocidad, añadir efectos y subtítulos llamativos .
- ChatGPT : para mejorar y redactar textos que sirven para las publicaciones.

- Microsoft Word : para poner todo en orden y crear fácilmente documentos que puedan compartirse .

6.6 Riesgos

Estos son algunos de los riesgos de un trabajador en línea, ya que no estaba en una oficina:

- Pérdida de contactos sociales y sentimientos de aislamiento: Trabajar en línea puede provocar a menudo sentimientos de aislamiento, ya que la interacción cara a cara es limitada, lo que puede afectar al bienestar mental y emocional
- Aumento del estrés y dolor muscular: puede provocar un aumento del estrés debido a la presión de estar constantemente disponible. Además, estar sentado frente al ordenador durante largos periodos puede provocar dolores musculares.
- Alteración del sueño: El uso excesivo de dispositivos electrónicos puede alterar los ciclos naturales del sueño, provocando insomnio y otros desórdenes del sueño.
- Aumento del estrés: Como ya he mencionado, trabajar en línea puede aumentar el estrés debido a la presión de estar constantemente disponible y responder rápidamente a las solicitudes.
- Fatiga visual: Pasar muchas horas delante de una pantalla puede causar fatiga visual, lo que puede provocar dolores de cabeza, visión borrosa y sequedad ocular.

- Dificultad para gestionar la carga de trabajo: Sin la estructura de un entorno de oficina tradicional, puede resultar difícil gestionar la carga de trabajo, lo que puede llevar al exceso de trabajo y al agotamiento.

6.7 Integración

Trabajar en comunicación en Delhom requiere una amplia gama de habilidades. El empleado debe ser capaz de gestionar varias tareas simultáneamente, y una de sus principales responsabilidades es crear un feed de contenidos que refleje la identidad de cada empresa para poder crear contenidos y textos que capten la atención de su público objetivo . La fotografía y la edición de vídeo también son habilidades esenciales para este trabajo, ya que hay que saber editar bien para captar la atención de la persona que ve el contenido. Además, hay que ser creativo y arriesgarse para destacar entre la competencia.

7. Reflexión final

Para concluir este trabajo, me gustaría decir que estas prácticas han sido muy beneficiosas para mí por varias razones. En primer lugar, he podido entrar en el mundo laboral, algo que nunca había hecho antes. He podido conocer todos los aspectos del trabajo de gestor de contenidos digitales y redes sociales, incluyendo la creación de contenidos, la gestión de redes sociales, el diseño de campañas publicitarias, la comunicación con los clientes y la gestión del negocio. Como resultado, he alcanzado los objetivos que me había marcado: poner en práctica los conocimientos que he adquirido durante estos dos años de ciclos formativos , adquirir experiencia en una agencia de comunicación y gestionar yo misma cuentas de los clientes de Delhom .

En segundo lugar, gracias a la adquisición de una sólida metodología de trabajo que me transmitió la jefa María Pilar, ahora estoy en condiciones de afirmar que a la pregunta: “¿Cómo se dirige una agencia de comunicación online eficaz?”, hay varias respuestas, a saber: planificación estratégica eficaz, creación de contenidos atractivos, gestión optimizada de las redes sociales, diseño de campañas publicitarias específicas y comunicación constante con los clientes. Quiero

agradecerle sinceramente por la oportunidad que me dio, así como su confianza, paciencia y los conocimientos que compartió conmigo durante los tres meses que pasé en prácticas.

Mi conclusión final sobre mis prácticas en Delhom Comunicación es muy positiva y me permitió conocer en profundidad el funcionamiento de una empresa real. Trabajar en una agencia de comunicación pequeña en la que la propia jefa participa en todos los aspectos del negocio, me dio una perspectiva única de la capacidad de adaptación y la determinación necesarias para tener éxito en este campo. Tuve la oportunidad de observar y participar en diversas tareas, al tiempo que tuve la flexibilidad suficiente para trabajar a distancia y conocer en persona a sus clientes, que también fueron muy amables conmigo. Estas prácticas no sólo me han ayudado a desarrollar mis habilidades profesionales, sino que también me han ayudado a crecer como persona.

8. Bibliografía

<https://delhomcomunicacion.es>

<https://gaynako.com/non-classifiee/marketing-digital/comment-agence-de-communication-digitale-peut-ameliorer-visibilite-ligne/>

<https://www.agence-smardia.com/creer-contenu-reseaux-sociaux-avantages-entreprises/#:~:text=Au%2Ddel%C3%A0%20de%20la%20promotion,base%20de%20l'Inbound%20Marketing.>

<https://www.instagram.com/delhomcomunicacion/?hl=es>

<https://www.sortlist.fr/blog/renforcer-sa-presence-en-ligne/>

<https://www.inrs.fr/risques/teletravail/risques-effets-sante.html>

<https://www.seo.fr/definition/sea-referencement-payant>

<https://www.canva.com>

<https://agence-digitale-jourj.com/methodologie-strategie-de-communication/>

<https://www.peps-multimedia.com/article-base/467/les-principales-missions-dune-agence-de-communication-qui-intervient-dans-le-nord-pas-de-calais>

<https://www.pme-partner.com/valeur-vendre-agence-marketing-communication-web/>