

# **PROYECTO CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD**

**Marina Pérez Tormos**

**PRÁCTICAS REALIZADAS EN ASEPRI**

## **RESUMEN**

Este trabajo tiene como finalidad hablar sobre el marketing de moda o también conocido en la industria, como “fashion marketing”, que se utiliza en ASEPRI ya que es el proceso en el cual se relaciona la gestión de la producción, comunicación y distribución de productos del ámbito de la indumentaria y los accesorios.

Este concepto ha evolucionado notablemente en la última década y es por ello que he creado algunas pautas para que esta asociación se mantenga actualizada.

Palabras clave: Marketing, Eventos, Comunicación

## **ABSTRACT**

The purpose of this project is to talk about fashion marketing, which is used in ASEPRI since it is the process in which production, communication and product distribution management is clustered in the area of clothing and accessories.

This concept has evolved notoriously in the last decade and that is the reason why I have created some guidelines so as to this organisation is up-to-date.

Keywords: Marketing, events, communication

# CONTENIDO DEL PROYECTO FINAL:

## 01. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

- Actividad de la empresa y su ubicación en el sector.
- Estructura y organización empresarial del sector.
- Misión, Visión y valores.
- La cultura de la empresa: imagen corporativa, manual de identidad...

## 02. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO. ANÁLISIS DAFO.

## 03. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

- Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.
- Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.
- Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.
- Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional.

## 04. PLAN DE MARKETING.

- Estrategia de Marketing.
- Herramientas del marketing corporativo.
  - El producto / servicio.
  - El precio.
  - La promoción ¿Cómo se da a conocer? ¿Cómo encuentra cuentas nuevas?... (Ferias nacionales, concursos, festivales nacionales o internacionales, etc...)
- La relación con el cliente.

## 05. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL.

- Presencia online de la empresa, análisis y valoración.
- Elabora un plan de mejora online con las acciones a llevar a cabo en función del análisis y valoración.  
\*Documento anexo: PROYECTO CICLO M y P -TIMING ASEPRI
- Realiza una propuesta de logo y justifícalo.
- Realiza un plan para ganar presencia en redes sociales y captar nuevos seguidores.
  - Elección de las redes sociales y justificación.
  - Elabora propuestas de eventos, concursos, etc.
  - Ha de ser lo más realista posible, Justificación económica de cada decisión.

## 06. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.

- Objetivos del puesto: ¿Qué papel desempeñas y qué objetivos tienes en la organización?
- Descripción de tareas: ¿Qué actividades se realizan de forma habitual, periódica u ocasional?, ¿Con qué frecuencia se realizan las mismas?, ¿Cuánto tiempo dedicas a cada una?
- Relaciones: ¿Con qué otros departamentos te relacionas? ¿Es un contacto habitual, periódico u ocasional?
- Disponibilidad: ¿Es necesaria disponibilidad para salidas o viajes fuera de la oficina?
- Documentación: ¿Qué documentos y/o programas se manejan habitualmente?, ¿Qué documentos se generan?, ¿Cómo organizas tu documento de trabajo?
- Ambiente: ¿En qué condiciones ambientales se realiza el trabajo ?
- Riesgos: ¿Existe riesgo de accidentes laborales?, ¿Durante cuánto tiempo se expone a los empleados a un riesgo?, ¿La realización de las tareas ponen en riesgo a terceras personas?
- Dedicación: ¿En qué horario se desempeña? Distribución horaria de las tareas.
- Integración: ¿Qué formación inicial se requiere para cubrir las exigencias del puesto?, ¿Existe plan de acogida para nuevas incorporaciones?

## 07. REFLEXIÓN FINAL.

- 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.

## 08. BIBLIOGRAFÍA

## **DEDICATORIA:**

Gracias a todas aquellas personas que me rodean día a día soy la mujer que quiero ser y he llegado donde quiero estar.

Sin todos ellos, no estaría cumpliendo mi sueño de crecer como persona, no existen suficientes palabras para agradecerles todo lo que hacen por mi.

Os quiero.

## 01. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

- **Actividad de la empresa y su ubicación en el sector.**

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

Ellos acompañan a las empresas en su proceso de crecimiento ofreciendo un soporte continuado y las mejores herramientas para impulsar su promoción e internacionalización con los servicios adecuados en el entorno actual del mercado.

Además aseguran el éxito en el proceso de internacionalización de las empresas asociadas y multiplican la visibilidad de las marcas.

Ya que logra diferenciar a la marca asociada de la competencia, con aquello que le hace único y maximiza la notoriedad de la marca como punto importante en su crecimiento.

ASEPRI es un referente nacional en el sector de productos infantiles y es por eso que lleva trabajando 31 años con más de 300 marcas y con presencia en 108 mercados, también son impulsores de marca España desde 2010, y su facturación del sector asociado es de 975 millones de euros. Estas son las razones por las que son los líderes a nivel internacional con un 57% en moda y calzado y 38% en puericultura de cuota en exportación, siendo los principales mercados: Italia, Portugal, Grecia, Francia, Reino Unido, Rusia y Alemania. Unidos a USA, México, EAU, Israel y China.

- **Estructura y organización empresarial del sector.**

ASEPRI pertenece al sector de productos para la infancia, esta asociación trabaja con diferentes mercados, como por ejemplo el calzado, la puericultura, la moda textil y la moda pre mama.

Entrando más en detalle en el mercado del calzado en el que existen aproximadamente 50 marcas fabricantes de este producto, ASEPRI tiene asociados 16 marcas como pueden ser Chicco, Mayoral, Ria y muchas más.

Sin duda estos datos se han visto afectados por la crisis tanto sanitaria, como económica provocada por el Covid-19, ya que ha sido un duro golpe para muchas

empresas que empezaban a subsanar de la crisis del 2008. Por ejemplo en el sector del calzado ha sido determinante el cierre del comercio minorista porque ha provocado un gran stock en las grandes marcas, causando que las últimas colecciones no salgan a la venta y se almacenen por falta de compradores.

El mercado de la puericultura, es el más decreciente ya que cada vez nacen menos bebés, por lo tanto estos recursos van en declive y ya siendo un sector con pocas ventajas económicas, para sumarle la crisis del Covid-19 ya que todas las empresas promotoras de este sector afirmaron que el 2020 fue un año de inestabilidad, que se ha traducido en el cierre definitivo de muchos negocios y un descenso en las ventas de otros tantos.

Por otra parte en el mundo de la moda infantil, ASEPRI cuenta con gran parte del mercado, en el sector de la moda infantil porque trabaja con 67 marcas que están asociadas tales como Desigual, Amaya, Conguitos, Mayoral y muchas más.

En base a la economía, la ropa infantil movió \$1,8 billones en 2020 y representó 7,8% del mercado de moda y esto no es todo ya que las marcas han encontrado oportunidades a nivel local e internacional, y las exportaciones aumentaron 12,8% en mayo de 2021. De acuerdo a un análisis realizado por ASEPRI a finales del 2021.

Por esta razón, es uno de los sectores más dañados, ya que sin haberse recuperado de la crisis del 2008 les ha llegado otra, y es que en pleno confinamiento prácticamente no tenían ventas y al salir los consumidores optaron por ahorrar e invertir en su hogar en vez de en su armario, ya que la situación era de incertidumbre. Esto se ha visto reflejado tanto en los niveles de empleo como en el precio de los productos, ya que el precio de los productos se ha visto incrementado notablemente.

- **Misión, visión y valores.**

La **misión** de ASEPRI es defender los intereses generales y comunes de las empresas del sector de productos para la infancia, promoviendo el comercio local e internacional también lucha por conseguir acuerdos sectoriales desarrollando productos y servicios para hacer que las marcas españolas sean las más competitivas del mercado.



La estrategia de ASEPRI es acelerar el crecimiento de las empresas y que descubran con la asociación oportunidades de negocio. ASEPRI es el partner que las ayuda a crecer.

La **visión** que quiere lograr es la mejora competitiva y la promoción de las marcas del sector. Ya que con 31 años de experiencia, ASEPRI ofrece a las empresas las mejores herramientas para impulsar su promoción e internacionalización a través del fomento de la calidad, el diseño, la innovación y la seguridad.

Los **valores** en los que se inspira ASEPRI son sin duda la accesibilidad, ya que todo el equipo está totalmente comunicado con los socios, liderazgo porque son los mejores en el sector, pasión y sobre todo la calidad ofrecida del servicio.

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

Lo más particular de la marca ASEPRI, es que su equipo está exclusivamente formado por mujeres y es que es un sector en el son ellas las protagonistas.

Los colores protagonistas de ASEPRI son el rosa, el azul, rojo y amarillo, por que son colores de alegría.

Más específicamente el significado de los colores son los siguientes:

El rosa simboliza la amabilidad, lo positivo, sentimental, sensibilidad, cortesía, buena educación, infancia e inocencia. Según la psicología del color, el rosa es señal de esperanza, y que inspira calidez y sentimientos de comodidad. ( información proporcionada por wradio)

En muchas partes del mundo el color azul representa libertad, lealtad, armonía, verdad y seriedad. Así mismo, está asociado a la energía física y al deporte. También a la masculinidad y al modernismo. (información proporcionada por [www.inversa.es](http://www.inversa.es))

El rojo es un color que transmite pasión, amor, energía o calor. De hecho se utiliza el azul como color representativo del frío y el rojo del calor. (información proporcionada por [economipedia](http://economipedia))

El color amarillo claro está relacionado con la alegría, la originalidad, la inteligencia. En un tono pálido, representa enfermedad, envidia, celos, deterioro, preocupación. (información proporcionada por [www.invesa.es](http://www.invesa.es))



IMAGEN 1: Imagotipo del antiguo de ASEPRI, fuente vía interna ASEPRI

La imagen corporativa de ASEPRI se cambió muy recientemente, fue en 2020 cuando decidieron cambiar en pequeña medida el imagotipo que consistía en el isotipo actual más la palabra *españa*.

Esto creó, que se formará una imagen de marca más actualizada, más sencilla y sobre todo la identificación de ASEPRI con una sola imagen.



IMAGEN 2: Isotipo representante de ASEPRI, fuente vía interna ASEPRI

La 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” concretando gráficamente en la representación de una cara infantil, singularizada con una personal representación, mitad perfil, mirat frontal, en la que destaca un solo ojo coronando una rotunda sonrisa.

La imagen gráfica nace con el objetivo de convertirse en una 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 para proteger 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.

#### Versiones corporativas:

- Verticales:



- Horizontales:



IMAGEN 3: Versiones corporativas ASEPRI, fuente vía interna ASEPRI

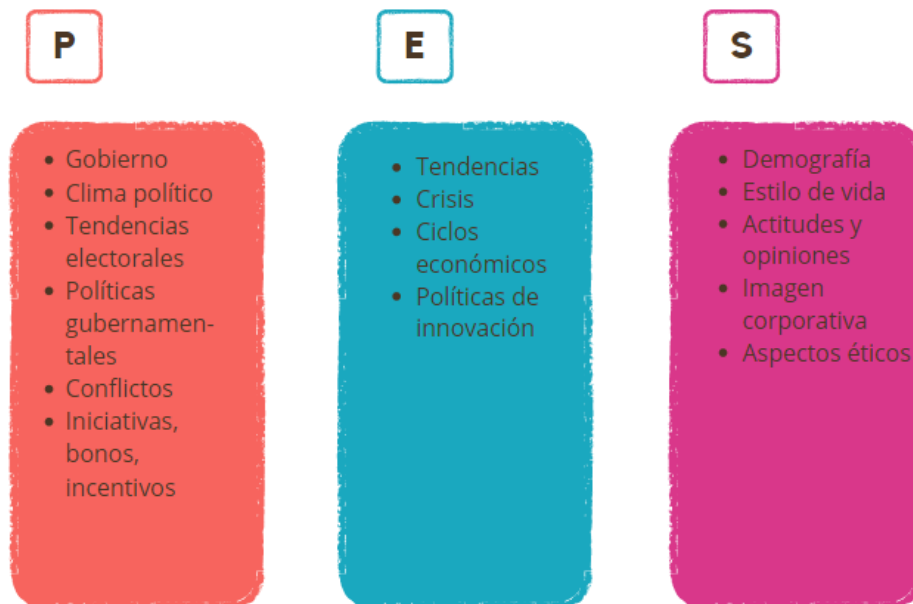
#### Colores corporativos:



IMAGEN 4: Colores corporativos ASEPRI, fuente vía interna ASEPRI

## 02. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO. ANÁLISIS DAFO.

### ANÁLISIS PESTEL



### ANÁLISIS PESTEL



IMAGEN 5: Análisis PESTEL, fuente elaboración propia.

El Análisis PESTEL se utiliza para describir el entorno en el que se desenvolverá la empresa.

Consiste en describir el entorno externo a través de factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales.

Y nos ayudará a describir los aspectos actuales y los posibles acontecimientos del futuro mercado.

### **FACTORES POLÍTICOS:**

España entró a formar parte de la UE en 1985.

España es una democracia constitucional, lo cual proporciona que los ciudadanos decidan quienes son sus líderes políticos, pero los derechos y libertades están protegidos por la Constitución.

Actualmente el presidente del gobierno es Pedro Sanchez representante del PSOE( Partido Socialista Obrero Español) (partido con ideología de izquierdas), el partido lucha por fortalecer el proyecto social de la UE y defender los valores democráticos y derivar la xenofobia y renacionalización de muchos países miembros.

Por otra parte la percepción de la política por parte de los ciudadanos españoles ha empeorado en estos últimos años, llegando a pensar que acceden al poder para aprovecharse del pueblo más que para servirlo y con el objetivo de adquirir y gestionar el poder en instituciones con fines propios, quedando así demostrado con los numerosos casos de corrupción.

Y la inestabilidad política tampoco ha ayudado a este cambio de opiniones.

### **FACTORES ECONÓMICOS:**

España se posiciona en el quinto puesto en cuanto a economía y población de la Unión Europea y en términos absolutos, la decimotercera del mundo. El sector terciario y de sector es el que mayor peso juega en cuanto a la economía. Según un informe de el periodico el País. Desde 2008, la economía española viene sufriendo decrecimiento dando paso a un largo período de recesión, lo que produjo una fuerte disminución del gasto de las administraciones públicas y el decrecimiento del consumo privado, arrastrado por la reducción del empleo, la renta y la inversión. Y esto no ha mejorado en la actualidad a causa de la crisis sanitaria protagonizada por el covid-19, ya que con su llegada hubo un parón de la economía, provocada por el largo periodo de confinamiento domiciliario.

El nivel adquisitivo de la población es medio-alto, y los niveles de desigualdad se han agudizado considerablemente durante la crisis. La deuda pública en España en 2021 fue de 1.427.235 millones de euros 1.687.991 millones de dólares, creció 81.452

millones desde 2020 cuando fue de 1.345.783 millones de euros 1.535.919 millones de dólares, está entre los países con más deuda del mundo. Datos ofrecidos por el Banco de España.

La población cuenta con un salario mínimo al mes de 1.000€ al mes, y un PIB per cápita en torno a los 27.057,16€ anuales. La esperanza de vida al nacer es de 82,84 años.

### **FACTORES SOCIALES:**

La sociedad española se caracteriza por ser una sociedad dinámica y avanzada, habiendo crecido considerablemente, lo que ha permitido una modernización de su industria y la construcción de importantes equipamientos e infraestructuras.

Y el acceso a la sanidad Española y a la educación es generalizado.

También el acceso a las nuevas tecnologías ha permitido un gran avance en cuanto a modernización. Por otra parte España es uno de los países más seguros de Europa y en cuanto al ámbito de la religión, en España es un país católico en su mayoría, pero existen grupos minoritarios islámicos, protestantes y ortodoxos.

Otro aspecto a tener en cuenta en los factores sociales, es la gastronomía que tiene España, ya que es de las más ricas y variadas a nivel mundial, lo que hace que sea un atractivo importante a nivel de turismo, y como fuente de riqueza propia. El idioma más hablado es el español, seguido del inglés, francés, alemán...

Con respecto a las enfermedades, España es un país con una buena asistencia sanitaria (general) y personal médico especializado, aunque muy lenta. Carece de protocolos de urgencia para paliar graves enfermedades contagiosas que se puedan propagar entre la población, en casi todos los centros del país.

### **FACTORES TECNOLÓGICOS:**

España presenta una distribución bastante homogénea entre los factores tecnológicos. Las energías renovables han ido creciendo más allá de la energía eólica y solar, para poder abarcar otros muchos subsectores, lo cual supone la creación de numerosos puestos de empleo.

Por otra parte, los factores tecnológicos han aumentado a causa de que cada vez son más las empresas que introducen nuevas tecnologías en sus procesos y rutinas, con el fin de mejorar la producción y obtener mayores beneficios, reduciendo los costes y el tiempo empleado en la fabricación. El uso de las TIC supone acelerar estos procesos, automatizando la cadena productiva.

### **FACTORES ECOLÓGICOS:**

España forma parte de los diez países cuyas políticas asumen mayor desempeño ambiental, presentando así casi una nula contaminación de las aguas, así como una buena calidad del aire en comparación con otros países desarrollados. Aún así, casi todas las provincias españolas presentan tasas de contaminación medias, debido al uso abusivo de transporte con motor.

A esto hay que añadirle las buenas condiciones climatológicas de nuestro país, donde prevalece el buen tiempo, lo cual provoca que la atmósfera no pueda eliminar o disolver del todo las partículas contaminantes que permanecen en el aire.

### **FACTORES LEGALES:**

España trabaja con uno de los sistemas fiscales más altos de la zona euro, lo que más caracteriza a este sistema es el porcentaje de IVA que tenemos en nuestro país ya que es el 21%, con una imposición sobre los beneficios empresarial del 30% para las grandes empresas y para las pequeñas y medianas del 25%. Pero aun así es el país que menos recauda con sus impuestos.

## **ANÁLISIS DEL MICROENTORNO**

El **microentorno**, también denominado entorno específico, incluye todos los factores externos y no controlables por la empresa más próximos a las operaciones de venta y, por tanto, influyen de un modo más directo en la actividad. Según economipedia.

Para realizar el análisis interno de la empresa vamos a seguir las instrucciones basándonos en las 5 fuerzas de Porter, el primer factor a tener en cuenta es la rivalidad entre los competidores aquí tenemos que tener en cuenta, el número de ellos que tiene la empresa, la diversidad de participantes, las diferencias de calidad en el producto o servicio, la concentración del mercado, las barreras de salida y el crecimiento del sector en los últimos años.

Asepri, es una asociación que no tiene competencia directa, pero la empresa que más se podría asemejar a esa rivalidad es ICEX que es el instituto de comercio exterior, los servicios que ofrecen son similares, pero con la diferencia que Asepri está específicamente especializada en el sector infantil, e ICEX no.

El segundo factor a tener en cuenta es el de las amenazas de los nuevos participantes, en el que hay que tener en cuenta las barreras de entrada, la economía de escala, el acceso a los canales de distribución, políticas gubernamentales y la experiencia en el mercado que ha podido recaudar con los años trabajados. Asepri se fundó en el año 1990 esto quiere decir que lleva muchos años trabajando y dándose a conocer en este sector y es por ello que es una asociación con un alto prestigio en su campo. Cuando empezó la economía en el país estaba en auge, por lo que no fue muy complicado hacerse un hueco.

El tercer factor a tener en cuenta es el poder de negociación de los compradores, que es el número de clientes, diferencias entre los competidores, la disponibilidad de información y sensibilidad al precio. Y es en este factor donde Asepri puede deslumbrar ya que cuenta con un gran número de marcas asociadas, más de 120 son las marcas que trabajan junto a la asociación.

Como ya hemos nombrado antes, la gran diferencia que tiene Asepri con su competencia, es que Asepri está especializada en el sector infantil, mientras que Icxex abarca todo el campo del sector exterior. Un factor muy determinante en Asepri es la facilidad que tienen los usuarios de recibir información. Porque cuentan con una página web actualizada, RRSS siempre al día y la atención personal es excelente, dicho por los asociados.

El cuarto factor son las amenazas de productos o servicios sustitutivos, como pueden ser la propensión del comprador a cambiar, nivel percibido de diferenciación del producto, precios...

Aquí debemos tener en cuenta que Asepri cuenta con una serie de clientes muy fieles y lo han demostrado al transcurso de estos años.

El quinto factor a tener en cuenta es el poder de negociación de los proveedores, en cuanto a número, tamaño, singularidad, precios y sobre todo los costes de cambio. Los proveedores con los que trabaja son parte de la familia, ya que no son muchos los proveedores que realizan los trabajos.

Asepri es una empresa que trabaja siempre bajo un presupuesto muy ajustado, pero los proveedores que trabajan junto a ellas, son sabedores de la situación e intentan acoplarse.

## ANÁLISIS DAFO

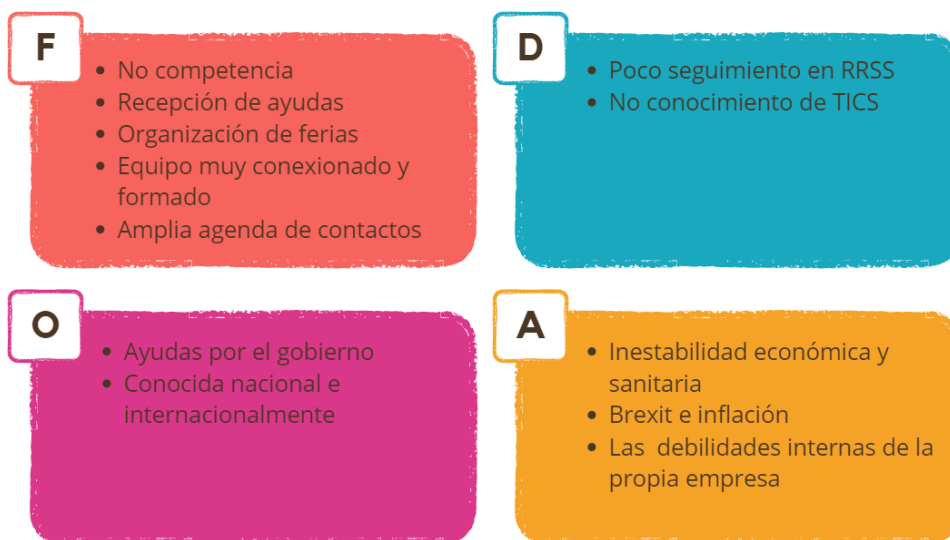


FIGURA 6: Análisis DAFO de ASEPRI, fuente elaboración propia



Entrando más en profundidad en el DAFO, podemos concretar que las fortalezas, son los puntos fuertes que tiene una empresa y estos son los siguientes como organización, el mayor es que no tienen competencia directa, lo cual ayuda a notablemente a que sea la mayor organización en el sector, por otra parte ayuda a la tramitación de ayudas para las marcas asociadas.

A la hora de participar en ferias, si eres socio tienes un gran descuento, esto ayuda a que las marcas se asocien y quieran formar parte de la asociación.

Cabe destacar, que ASEPRI cuenta con un equipo muy conexas a la par que formado académicamente, ya que todas las personas que forman el equipo cuentan con mucha experiencia y años de educación profesional, lo que proporciona que haya muy buena comunicación entre departamentos y la empresa fluya a la hora de ampliarse y llegar a nuevos mercados.

Al ser una empresa que ha trabajado mucho tiempo en el sector tiene muchos contactos, y esto ayuda a que puedan sacar el mayor provecho de sus operaciones.

Otra capacidad interna son las debilidades que tiene ASEPRI, y por lo tanto los aspectos a mejorar, que son sin duda la presencia que tienen en las RRSS ya que es prácticamente nula.

Por otra parte, los conocimientos y recursos que hacen falta en dicha empresa son que los departamentos tengan más conocimientos de las herramientas TIC, y la falta de recursos en el departamento de comunicación, ya que todas las vías que utilizan se reducen al correo o presencialmente en actos y sobre todo en ferias. Estas son las debilidades que obstaculizan a la organización para su desarrollo y crecimiento.

En los factores externos encontramos las oportunidades y una de las grandes resoluciones por las que el equipo de ASEPRI lucha por conseguir, son las ayudas que puede proporcionar el gobierno, por ser una organización.

Las oportunidades que existen para la organización de ASEPRI, es que puedan ser conocidos nacional e internacionalmente, ya que trabajan tanto en el mercado Europeo.

Los obstáculos que experimenta ASEPRI del mundo externo, son muy variados ya que al ser una organización que gran parte de ella depende del gobierno y por lo tanto de la inestabilidad que llevamos viviendo estos últimos años a causa de los cambios de gobierno y sobre todo de la inestabilidad sanitaria causada por el Covid-19.

Otro aspecto a tener en cuenta, son las ya nombradas debilidades internas de la organización, ya que implican una seria amenaza en su crecimiento porque el mundo cada vez es más tecnológico y todo evoluciona vía online y es una barrera que ASEPRI tiene que sobrepasar.

### 03. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

- **Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.**

Cabe destacar que cada departamento ayuda a que la empresa alcance los objetivos y las metas que se propone. Por lo general, una empresa tiene al menos cinco áreas funcionales. Entre ellas encontramos el área de dirección, la cual es dirigida por Lores Segura, el departamento de administración siendo Margarita Peralta la única responsable, Yolanda Aguirre en el departamento de atención al asociado y comunicación, Eva Segura, Beatíz Chung y Eli Carballo trabajando conjuntamente en el departamento de comercio internacional.

Por otra parte ASEPRI consta de socios que son fabricantes de moda y calzado infantil y puericultura. El órgano de gerencia de ASEPRI es la Junta Rectora formada por un máximo de 15 empresas, elegidas por el resto de socios mediante votación cada 4 años.

El organigrama de Asepri es:

**Socios:** se reúnen en Asamblea General, que se reúnen mínimo 2 veces al año para aprobar las directrices generales de ASEPRI. Y delegan la dirección de la Asociación en la Junta Rectora.

**Junta Rectora :** consta de los cargos siguientes:

- Presidente
- Vicepresidente Puericultura
- Vicepresidente Moda
- Secretario
- Tesorero
- Vocales

Director

Responsables de área

Técnicos y Auxiliar

## ORGANIGRAMA ASEPRI

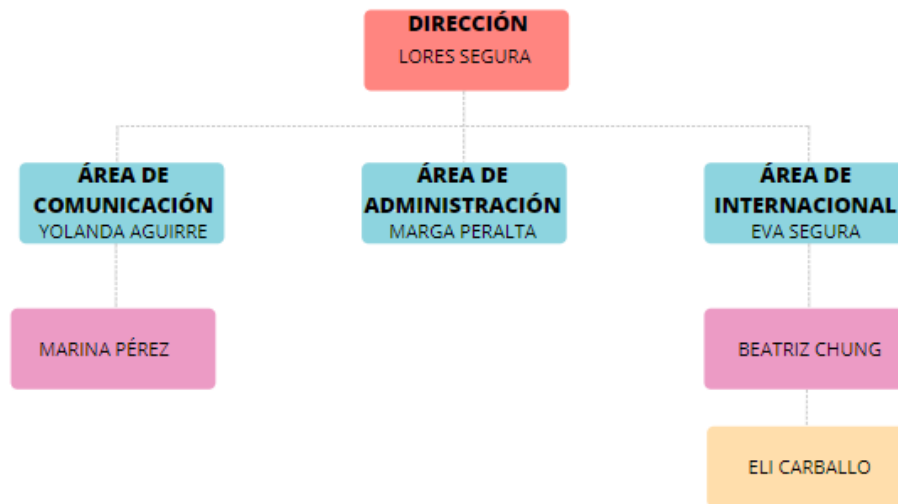


IMAGEN 4: Organigrama de la empresa ASEPRI, fuente elaboración propia.

- **Identificación de las funciones en los puestos de trabajo.**

En el **departamento de dirección**, encontramos a **Lores Segura**, ella se encarga de la dirección de la asociación y de los distintos departamentos, también es el nexo de la unión con la Junta Rectora, lo que crea que sea la cara visible de la asociación. Es la que se encarga de ser la interlocutora frente a los distintos Organismos como pueden ser (Entidad colaboradora de la Secretaría General de Comercio Exterior, Interlocutores en ICEX España Exportación e Inversiones, Interlocutores en IVACE Internacional, Miembros de la Confederación Moda España, Miembros de la Confederación Europea de Puericultura, ENPC, Miembros del Comité Ejecutivo de la Industria de la Moda del Ministerio de Industria, Energía y Comercio.)

Y en las acciones de Lobby. Y para asociados en específico es ella quien realiza un trato más personal y directo.

En el **departamento de Comunicación** la representante es **Yolanda Aguirre**, su mayor función es la atención y captación de asociados, pero también se encarga del Dpto. de patronaje y diseño, así como de normativas, área nacional: agentes

nacionales y sobre todo de la creación de ASEPRI E-Magazine, ya que ella es la interlocutora frente a los medios especializados del sector, emisión de notas de prensa, noticias web, etc.

E-Magazine es un informe mensual, con noticias de interés del sector y de las marcas que se envía a todas las asociaciones, organismos, etc.

Yolanda también se encarga de la organización del encuentro sensorial y del apoyo y acuerdos de los Premium Partners, con por ejemplo, ESfera media, SLH, que es una agencia de transporte, Publicita y Marget que es de comunicación y diseño.

Una de las funciones más importantes son los acuerdos con otras asociaciones u organismos autonómicos, ya que esta acción nos da la oportunidad a darnos a conocer y expandirnos a nuevos mercados.

La organización de actos también se desempeña en su departamento, y son actos como el encuentro ASEPRI, se celebra anualmente en Madrid, y se debate sobre el presente y las perspectivas de futuro del sector.

Y como apoyo de otros departamentos, se encarga de la Web, en la sección de la creación de nuevas fichas cuando se asocia una nueva marca.

Otra función son las normativas del sector, participación en las reuniones de normalización del sector en UNES, gestión de resolución de consultas de las empresas en este sentido.

Dentro del **departamento de internacional** encontramos a **Beatriz Chung**, que se encarga del apoyo de este. Tratando asuntos como las ferias nacionales, FIMI y Baby Kids Spain entre otras. También tramita ayudas de ICEX e informa a los asociados de las ayudas de CCAA. Este departamento también cuenta con **Eva Segura**, ella es la manager del dprt, su funciones son la atención de los clientes internacionales, el apoyo para la internacionalización de las empresas. Otro factor de los que se encarga es ser la interlocutora con el ICEX (instituto de comercio exterior), y junto con Beatriz Chung se encarga de las tramitaciones de misiones inversas internacionales para las ferias nacionales y conjuntamente trabaja con el departamento de comunicación (Yolanda Aguirre) en la dirección de los distintos eventos y acciones promoción de ASEPRI para la internacionalización de las marcas: Showrooms, ferias, catálogos de imagen, vídeo 360º, acciones de promoción online para distintos países, etc

**Eli Carballo** siendo la última incorporación, es la responsable de social media, diseño y del contenido de Newsletters dirigidos a acciones internacionales también es la principal encargada de la actualización de la web.

Y en el **departamento de administración** encontramos a **Margarita Peralta**, se encarga de la recepción y emisión de facturas y de nóminas. Administración de recursos humanos y financieros, por otra parte lleva la gestión y liquidación de impuestos, el control de movimientos bancarios y la negociación con bancos y asignar los recursos necesarios para cada departamento, por lo tanto controla el presupuesto de ASEPRI y el análisis de las desviaciones. Y como punto clave atiende la auditoría financiera de ASEPRI.

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

Uno de los procedimientos que realiza ASEPRI diariamente es la integración de un nuevo socio, para llevarlo a cabo la empresa que quiere ser asociada en contacto con nosotros y es derivada a Yolanda Aguirre, ya que es la responsable de los nuevos socios, les informamos de las tarifas, ventajas y características que deben cumplir y una vez terminada esta fase les facilitamos un formulario que deben completar con más datos, como por ejemplo el nombre de sus RRSS, la facturación que ocasionan, el nombre de los responsables de cada departamento de su marca... Y una vez completado el formulario, abrimos una ficha en nuestra base de datos de asociados y también les damos visibilidad en nuestra página web y RRSS.

Dentro de ASEPRI cada departamento tiene su función ya sea comunicación, comercio internacional, administración... Pero todas ellas están conectadas, de manera que pueden acceder a los documentos creados por otro departamento.

Esto ayuda notablemente a la comunicación interna de la empresa, lo que proporciona menos transacciones para la recepción de datos.

Por otra parte utilizan un programa de mensajería instantánea, para enviar mensajes de manera interna, este programa es Skype, cada persona tiene un usuario, se pueden crear grupos y hacer llamadas vía ordenador.

La metodología del trabajo antes del COVID-19 era presencial, todas las reuniones, actos, charlas... Se realizaban presenciales. Pero el procedimiento evolucionó y actualmente se puede trabajar un día a la semana telemáticamente y si por causas personales se prefiere trabajar telemáticamente también te dan esa oportunidad, todos estos cambios se realizaron post-covid, ya que en plena pandemia y por lo tanto

cuando estábamos confinados en nuestros hogares, la economía tenía que continuar y Asepri empezó a trabajar vía online.

- **Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional.**

Según la RAE el convenio aplicable es un acuerdo vinculante entre los representantes de los trabajadores y los empresarios de un sector o empresa determinados, que regula las condiciones laborales.

ASEPRI trabaja bajo las reglas del Convenio Colectivo del sector de oficinas y despachos de la provincia de Valencia (OFYDES) según el boletín oficial de la provincia de Valencia N°244 creado el 20 de julio de 2019.

Es un convenio colectivo provincial, ya que únicamente se trabaja en la provincia de Valencia.

Los días de vacaciones que tienen son 30 días, y entre los cuales tienen que tener 21 días consecutivos y entre el 1 de junio al 30 de septiembre.

El sueldo base de Jefe de oficina, que es el papel que desempeñan las participantes de Asepri es de 1.230, 79€

## **04. PLAN DE MARKETING**

- **Estrategia de Marketing**

ASEPRI es una asociación que no cuenta con competencia directa, ya que la única empresa que podría ser similar es ICEX ( Instituto de Comercio Exterior ) y esta empresa se encarga de promocionar a las empresas españolas a nivel internacional, mejorar su competitividad y captar inversiones extranjeras hacia España. Pero a diferencia, ASEPRI está mucho más especializado en la infancia. Por lo tanto, su estrategia de marketing no puede ser ni ofensiva ni defensiva.

- **Herramientas del marketing operativo**

### **EL PRODUCTO/ SERVICIO:**

Asepri ofrece un servicio, el cual es acompañar a las empresas en su proceso de crecimiento y les ofrece un soporte continuado y las mejores herramientas para impulsar su promoción e internacionalización con los servicios adecuados en el entorno actual del mercado.

### EL PRECIO:

La cuota por ser asociado y beneficiarte de todas las ventajas que Asepri proporciona es de 117€ + 21% de iva mensualmente.

Y por ejemplo moda sostenible barcelona que es una asociación que se puede comparar con los servicios que ofrece Asepri, en cambio sus cuotas son muy diferentes, moda sostenible barcelona tiene varias cuotas:

- CUOTA A : simpatizantes → 40€ al año anuales.
- CUOTA B : empresas con actividades económicas de 1 a 9.999€ → 70€ anuales.
- CUOTA C : empresas con actividades económicas de 10.000 a 49.999€ → 140€ anuales.
- CUOTA D : colectivos y asociaciones 140€.
- CUOTA E : empresas con actividades económicas de 50.000 a 499.999€ → 400€ anuales.
- CUOTA F : empresas cuya actividad económica supere los 500.000€ → 600€ anuales.

### LA PROMOCIÓN:

La mayor fuente de promoción que tiene esta asociación son las ferias, y es que cada año organiza un tipo y número diferente, ya que dependiendo de calendario y presupuesto pueden ofrecer una oferta diferente.

También trabajan mucho sus RRSS y publican diariamente el trabajo que realizan.

- **La relación con el cliente**

Es muy sorprendente la relación de Asepri con nuestros asociados, ya que son tratados como si fueran parte totalmente del equipo, tienen un trato muy cercano y familiar, tanto es así, que son muchas las ocasiones en las que los asociados pasan la tarde tomando café en la oficina.

## 05. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL

- **Presencia online de la empresa, análisis y valoración.**

Asepri es una empresa con una escasa presencia en RRSS, aunque en los últimos meses han aumentado el número de publicaciones semanales, lo cual ha provocado un aumento del número de seguidores, lo que colabora que con un aumento de presencia online, serían más conocidos tanto a nivel nacional como internacional.

La asociación publica un promedio de cuatro a cinco fotos semanales, con un término medio de quince likes por cada publicación, pero el dato más relevante es que cuentan con más de cuatro mil seguidores.

Pero es que Asepri no trabaja sus RRSS porque apuesta más por los actos presenciales por ello organiza multitud de eventos tanto para fidelizar como para darse a conocer.

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

La creación de un timing es el elemento fundamental para un buen plan de acción, por eso he creado un timing con inicio el día seis de mayo y finaliza el día veinticuatro de junio, a modo ejemplo. Utilizando las RRSS que tiene Asepri, que son instagram, linkedin y facebook. He creado el timing con la finalidad de aumentar la visibilidad online.

\*Documento anexo: PROYECTO CICLO M y P -TIMING ASEPRI

- **Realiza una nueva propuesta de logo y justificalo.**



IMAGEN 5: Propuesta de isotipo ASEPRI, fuente elaboración propia.



Una de las acciones que propondría para el plan de mejora es el cambio de logo y está sería mi propuesta es un imago tipo ya que es el conjunto de imágenes y letras, en donde podemos distinguir cinco tipos de sonrisas, porque cada niño tiene un tipo de sonrisa pero todas ellas son preciosas, he remarcado el centro con un círculo en color rojo para enfatizar el nombre, además he utilizado la tipografía que utiliza Asepri realmente y en la parte superior podemos observar unas caricaturas que representan los dos sexos, una niña y un niño, pero con un trazo más fino y sencillo que las sonrisas.

El nuevo diseño de Asepri, desprende alegría, diversión, igualdad... Todos los valores que tiene y que quiere representar la asociación.

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

#### ELECCIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y JUSTIFICACIÓN

Las RRSS que yo utilizaría serían como red principal sin duda Instagram ya que es la red social más visual.

Por otra parte utilizaría Facebook, porque es la más reconocida y donde está gran parte de la sociedad, ya que se utiliza tanto para estar al día en noticias, como moda, política... Como para estar conectado con tus seres queridos.

Tik tok, porque desde su creación ha crecido notablemente y estudios que ha creado la propia plataforma, afirman que en 2020 las redes sociales, en general, experimentaron un crecimiento de uso en menores del 76% y TikTok asaltó el primer puesto a nivel mundial. Actualmente se mantiene a la cabeza del ranking con 1,61% de diferencia con Instagram.

#### ELABORA PROPUESTAS DE EVENTOS, CONCURSOS, ETC.

Otro factor a tener en cuenta después de la creación del timing, es la creación de eventos para tener contenido en RRSS, es un plan de mejora para crear fidelidad con los asociados y a la vez, los seguidores que visualicen el contenido verán que Asepri crea actos, charlas y diferentes oportunidades para que sus asociados tengan la oportunidad de hacer Networking y de conocer más el sector.

Por ejemplo, los eventos que llevaría a cabo, serían la creación de charlas, comidas, reuniones... Con temáticas de las modalidades que trabaja, por ejemplo la mayor parte de las empresas de calzado se sitúan en las localidades de Elda, Petrer, Villena y Elche que producen la mitad de todo el calzado que se fabrican en Europa, por lo tanto

el acto se celebraría en una de esas tres localidades, para mayor comodidad de los asistentes. Al evento acudirán las marcas asociadas a Asepri y las marcas que Asepri quieran que se asocien, personas representantes del ministerio, agentes comerciales y personas representativas del sector, para así que puedan ver de primera mano las ventajas que proporciona y los recursos que se puede obtener al unirse a la asociación.

#### JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA DE CADA DECISIÓN.

La sala del hotel ( Hotel Boutique Hort De Nal Elche Centro ) con capacidad para 100 personas, donde se realizarán las charlas tiene un precio de → 1.200€

La comida que consistiría en un cóctel → 55€ por persona

Material de sonido:

- Megafonía: 250€ por día
- 7 Micrófonos inalámbricos: 75€ unidad y día
- 1 Micrófono de solapa: 75€ unidad y día
- 2 Micrófono presidencia: 35€ unidad y día
- Técnico de sonido 230€ por día
- PC: 140€ por día
- 2 TV plasma de apoyo: 400€ por día
- Mezclador de video: 190€ por día
- 21% Iva no incluido

Charlas de personajes importantes en el sector → 2.000€

Transporte → 500€

## **06. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO**

- **Objetivos del puesto: ¿Qué papel desempeñas y qué objetivos tienes en la organización?**

El papel que he desempeñado durante todo mi periodo de prácticas ha sido ayudante del departamento de comunicación, en el cual ayudaba en la gestión y organización de todos los eventos y acciones que realizaba Asepri, a la hora de darse a conocer. También me encargaba de la recepción y atención de los clientes o de la gente que acudiera a la oficina de forma presencial.

- **Descripción de tareas: ¿Qué actividades se realizan de forma habitual, periódica u ocasional?, ¿con qué frecuencia se realizan las mismas?, ¿Cuánto tiempo dedicas a cada una?**

Las actividades que realice de forma habitual eran la atención a los clientes tanto de forma presencial, telefónica como por vía mail, al día puedo dedicarle de una a dos horas varía mucho si en un periodo de tiempo corto vamos a realizar algún evento.

En un segundo plano, ayudé a la administración de las RRSS, tanto en la redacción de contenido, como en la elección de la imagen/video..

Por otra parte, a principio de mi periodo de prácticas el trabajo que realice de forma continua fue el desarrollo y gestión de evento que realizó Asepri, en el cual me encargue de las invitaciones, recibir y hacer llamadas, contestar mails, catalogar material y el envío del mismo.

De forma más ocasional realizaba facturas y las emitía a su destinatario.

- **Relaciones: ¿ Con qué otros departamentos te relacionas?¿ Es un contacto habitual, periódico u ocasional?**

En mi periodo de prácticas he tenido la oportunidad de trabajar y conocer los diferentes trabajos que desempeña cada departamento en una empresa, dado que Asepri me dió la oportunidad de interactuar en los diferentes departamentos la forman. Puesto que se emitía facturas y revisaba documentos del departamento de administración, también tuve el placer de trabajar junto con Elizabeth, que forma parte del departamento de internacional, junto con ella hice llamadas e documentación para clientes extranjeros, también acudí a reuniones junto con Lores, siendo la gerente del departamento de dirección.

- **Disponibilidad: ¿Es necesaria disponibilidad para salidas o viajes fuera de la oficina ?**

Se necesita una cierta disponibilidad para salidas, aunque éstas no sean muy duraderas, si formas parte de esta asociación debes viajar entre tres o cuatro días aproximadamente cada 5 meses, ya que muchos clientes son extranjeros o por la realización de ferias u otro tipo de evento, como pueda ser el encuentro que se celebra anualmente en Madrid, la gestión de alguna marca, la representación de Asepri en alguna feria tanto nacional como internacional...

- **Documentación: ¿Qué documentos y/o programas se manejan habitualmente?, ¿Qué documentos se generan?**

Los programas que más se utilizan habitualmente en Asepri, son excel para la creación y administración de datos, tanto de clientes, marcas como para su uso en contabilidad, administración... Sin duda excel es el programa que más se utiliza gracias a sus múltiples ventajas que proporciona. Diariamente también se utiliza wordpress, porque la creación de la nueva página web ha sido creada con este programa, lo cual nos lleva a que todos los cambios que se deben realizar tanto por errores, como por la integración de un nuevo socio y por lo cual su integración en la página web, se deben hacer a través de wordpress.

Para la creación de carteles, folletos, imágenes con contenido, utilizan Canvas, es un programa con una gran facilidad de manejo y con gran libertad de creación.

- **Ambiente: ¿En qué condiciones ambientales se realiza el trabajo?**

Las condiciones ambientales en las que se realiza el trabajo son muy óptimas, ya que la oficina en la que se trabaja es un lugar adaptado para ello, contando una gran iluminación en el puesto de trabajo, con sillas adaptadas al confort de cada trabajador, mesas a nivel del usuario que la utilice diariamente, con la temperatura adecuada para desarrollar el trabajo de forma cómoda y responsable.

- **Riesgos: ¿Existen riesgos de accidentes laborales?, ¿Durante cuánto tiempo se expone a los trabajadores a un riesgo?, ¿ La realización de las tareas ponen en riesgo a terceras personas?**

Bajo mi punto de vista, los accidentes laborales a los que se puede exponer un trabajador en este el mismo puesto de trabajo que yo desempeñaba, son lesiones en la espalda, por la larga duración de tiempo que se transcurre sentado y a lo mejor no en la posición adecuada, dolores de cabeza vinculados a las intensas jornadas mirando la pantalla del ordenador o de cualquier aparato que desprenda luz propia, aunque vaya muy baja probabilidad de posibilidades que se pudiera llevar a cabo

- **Dedicación ¿En qué horario se desempeña? Distribución horaria de las tareas.**

El horario que yo realizaba era lunes y viernes de nueve a tres y martes, miércoles y jueves de nueve a dos y de tres a seis, disponiendo de media hora de descanso todos los días y una hora para comer los martes, miércoles y jueves. Al comienzo del día Yolanda me anotaba las tareas que tenía que desempeñar durante el día y era yo la que me organizaba según la prioridad de las mismas.

- **Integración:¿ Qué formación inicial se requiere para cubrir las exigencias del puesto?**

Principalmente el mayor requisito que se debe cumplir para cubrir las exigencia de cualquier puesto de trabajo es tener ganas de querer trabajar y esforzarse.

Aún así cumpliendo el principal requisito, una de las exigencias más importantes que debes cumplir es el conocimiento de idiomas, en especial del inglés, al ser la lengua común en el mundo, también debes conocer las diferentes técnicas de marketing para poder desempeñarlas en las campañas publicitarias que realiza Asepri. Como no, debes tener conocimiento de las diferentes culturas y tradiciones, para así captar la atención de los clientes extranjeros.

## **07. REFLEXIÓN FINAL**

- **Proceso de introspección y análisis profundo acerca de la experiencia personal y profesional de la empresa de prácticas con la finalidad de llegar a una conclusión.**

Llegada la finalización del periodo de prácticas y con ellas el final de mi curso escolar del Ciclo Superior de Marketing y Publicidad, puedo afirmar que me siento y me considero una persona muy preparada y con muchas capacidades para trabajar en este campo. Aunque al principio de las prácticas me sentía sin conocimiento ni aptitudes, pero a medida que fue transcurriendo el tiempo y mi experiencia me di cuenta que fue todo lo contrario.

Siendo Asepri una asociación que me ha brindado muchas oportunidades y experiencias y gracias a ellas (el equipo que forma Asepri) he podido crecer tanto a nivel profesional como personal.

Ha sido un placer haber podido formar parte de su equipo, aunque haya sido por un corto periodo de tiempo, ya que con ellas me he sentido muy cómoda y realizada. Ellas me dieron la oportunidad de aprender haciendo, algo que ya nos habían enseñado en la Universidad Europea "" ya que me incluían en todos los proyectos y decisiones. Siendo así participe de grandes proyectos como han podido ser "El VII ENCUENTRO" que se realizó en Madrid y a la que tuve el placer de asistir y participar en todos los actos realizados ese día. También represente a Asepri en la feria que se celebra anualmente de Día mágico, donde conocí a mucha gente del sector de la moda finalmente uno de los actos más grandes que realiza anualmente es el de la feria de Fimi al que puede ayudar en su organización y llevarlo a cabo hasta su puesta en marcha.

## **08. BIBLIOGRAFÍA**

<https://asepri.com/es-es/quienes-somos-2/>

<https://www.psoe.es/media-content/2019/04/PSOE-programa-electoral-elecciones-generales-28-de-abril-de-2019.pdf>  
[www.invesa.es](http://www.invesa.es)

<https://www.lamoncloa.gob.es/espana/paishistoriaycultura/historia/Paginas/index.aspx>

<https://elpais.com/noticias/actualidad-economica>

<https://dle.rae.es/convenio#CIBWamy>

<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/que-es-icex/index.html>

<https://es.statista.com/temas/7809/la-industria-del-calzado-en-espana/>

