



**Universidad  
Europea**

**NOELIA COQUE CHORLANGO  
MARKETING Y PUBLICIDAD  
2º GRADO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD  
COCO GLOBAL MEDIA  
MARIO BERNABEU**

## **RESUMEN**

En el siguiente reporte se analiza la disposición y fundamentos en una agencia de marketing, los objetivos, valores y planes a realizar dentro de ésta, y también los riesgos y aptitudes necesarias para la elaboración y cumplimentación de objetivos.

Se establecen las aptitudes y requisitos necesarios para el puesto de trabajo, las herramientas más utilizadas y su funcionalidad y diferentes recomendaciones para poder elaborar con mayor éxito algunas de las tareas propuestas

Además, se concluirá con una evaluación detallada de los aspectos más positivos dentro de la empresa y la experiencia propia durante este periodo de aprendizaje

## **PALABRAS CLAVE**

Agencia, estrategias, marketing, objetivos, análisis, departamentos, necesidades, clientes.

# ÍNDICE

<b>1. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....</b>	<b>4</b>
1.1. Actividad de la empresa y su ubicación en el sector .....	4
1.2. Estructura y organización empresarial del sector .....	4
1.3. Misión, visión y valores .....	4
1.4. La cultura de la empresa:.....	5
<b>2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO. ANÁLISIS DAFO .....</b>	<b>7</b>
<b>3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>12</b>
3.1. Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos .....	12
3.2. Identificación de las funciones de los puestos de trabajo .....	12
3.3. Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.....	13
3.4. Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional .....	13
<b>4. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>13</b>
4.1. Estrategia de marketing.....	13
4.2. Herramientas del marketing operativo .....	14
4.3. La relación con el cliente.....	15
<b>5. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL.....</b>	<b>16</b>
5.1. Presencia online de la empresa, análisis y valoración.....	16
5.2. Elabora un plan de mejora online con las acciones a llevar a cabo en función del análisis y valoración.....	16
5.3. Realiza una nueva propuesta de logo y justifícalo .....	17
5.4. Realiza un plan para ganar presencia en redes sociales y captar nuevos seguidores	18
<b>6. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO .....</b>	<b>18</b>
6.1. Objetivos del puesto.....	18
6.2. Descripción de tareas .....	18
6.3. Relaciones .....	19
6.4. Disponibilidad .....	19
6.5. Documentación .....	19
6.6. Ambiente .....	20
6.7. Riesgos .....	20
6.8. Dedicación.....	20
6.9. Integración .....	21
<b>7. REFLEXIÓN FINAL.....</b>	<b>21</b>

# 1. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

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

Coco Global Media es una agencia de comunicación centrada en la creación de estrategias digitales, campañas de publicidad y contenido en redes sociales. Su énfasis primordial es la gestión y ejecución de acciones de marketing para los clientes, con la finalidad de crear reconocimiento de marcas, aumentar el número de ventas, posicionar en el mercado a las empresas externas y crear valor aumentado.

## 1.2. Estructura y organización empresarial del sector

La agencia emplea una estructura organizacional funcional, con el objetivo de crear los departamentos necesarios con las funciones laborales. Cada departamento es supervisado por un cargo superior, y la autoridad para la toma de decisiones recae en un individuo específico.

Este tipo de estructura es una de las más comunes, ya que permite un alto grado de especialización para el equipo de trabajo. La colocación del personal en departamentos según sus habilidades les brinda la oportunidad de especializarse en su campo y descubrir en qué destacan.

La principal ventaja de esta estructura organizativa es que permite al personal especializarse en su área y que compartir responsabilidades objetivas con los demás departamentos. No obstante, cabe la posibilidad de crear barreras en las distintas funciones o restringir autonomía a la hora de tomar decisiones.

## 1.3. Misión, visión y valores

- **Misión:** “Nuestro objetivo es convertirnos en un referente como agencia de publicidad y marketing digital, siempre a la vanguardia, brindando apoyo a empresarios y emprendedores para que logren alcanzar sus metas y destacar en sus respectivos sectores.”.
- **Visión:** “Nos enfocamos en ofrecer soluciones avanzadas y personalizadas de mercadeo que mejoren la competitividad y productividad de tu marca, producto o servicio. Nuestro objetivo es generar un impacto significativo en conversiones efectivas, fidelizando el mercado y promoviendo el crecimiento organizacional de nuestros clientes.”.
- **Valores:**

- **Honestidad:** Nos caracterizamos por ser sinceros en cuanto a las posibilidades de un proyecto. Recomendamos lo más adecuado, no necesariamente lo más costoso.
- **Confianza:** Nunca dejamos de lado a nuestros clientes. Mantenemos una relación sólida y de confianza mutua.
- **Responsabilidad:** Siempre respondemos a las necesidades de nuestros clientes. Nos preocupamos y asumimos los proyectos como propios.
- **Profesionalidad:** Realizamos investigaciones exhaustivas y análisis detallados. No nos conformamos con la opción más fácil, sino que buscamos lo mejor.
- **Entrega:** No nos limitamos a cumplir con lo esperado, sino que nos esforzamos por superar las expectativas día tras día.
- **Complicidad:** Trabajamos de la mano con nuestros clientes, fomentando su participación y compromiso. Buscamos que asuman un papel activo en el proceso, en lugar de simplemente acatar instrucciones.

#### 1.4. La cultura de la empresa:

- Nombre de la empresa

El nombre fiscal de la agencia es Coconut Solutions, S.L.

- Logotipo y símbolo

El logotipo de la empresa se diseñó empleando la tipografía *Josefin Sans Semibold*, con estilo Sans Serif.

#### LOGOTIPO EN POSITIVO

**COCOGLOBALMEDIA**  
comunicación digital

#### LOGOTIPO EN NEGATIVO

**COCOGLOBALMEDIA**  
comunicación digital

#### SÍMBOLO EN POSITIVO

#### SÍMBOLO EN NEGATIVO



- Tipografía corporativa

La tipografía corporativa definida para la agencia es *Dosis*.

### Extra Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789!@#\$%^&\*O\_+O[]\;:"<>.,?~  
 £ÃÆÇÈØ×ßÜåæç

### Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789!@#\$%^&\*O\_+O[]\;:"<>.,?~  
 £ÃÆÇÈØ×ßÜåæç

### Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789!@#\$%^&\*O\_+O[]\;:"<>.,?~**  
**£ÃÆÇÈØ×ßÜåæç**

### ExtraBold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789!@#\$%^&\*O\_+O[]\;:"<>.,?~**  
**£ÃÆÇÈØ×ßÜåæç**

- Colores corporativos

Los colores corporativos de Coco Global son:

#598ba6	#29286a	#7eb9af	#ffffff	#000000

- Sitio web

<https://cocoglobalmedia.com>



- Presencia online

Coco Global Media ha establecido su presencia online, tanto en su sitio web, como a través de varias redes sociales, como Instagram, Facebook y Twitter. Sin embargo, su principal tarea no es centrarse su imagen mediante estos canales, ya que se da a conocer por el boca a boca de los clientes.

Eso no significa que se deje totalmente de lado su presencia online al contrario, actualmente se ha rediseñado la página web con las actualizaciones pertinentes y se están empleando nuevas estrategias para aumentar su visibilidad y atraer a nuevos clientes.

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

Para realizar el análisis del Entorno General y Específico, realizaré el análisis PESTEL.

P	E	S
<p>Político</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas y regulaciones gubernamentales sobre publicidad y protección del consumidor.</li> <li>• Cambios en las políticas fiscales relacionadas con la inversión en publicidad</li> </ul>	<p>Económico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclos y condiciones económicos generales.</li> <li>• Tendencias de crecimiento económico en la industria de la publicidad y el marketing</li> </ul>	<p>Sociocultural</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambios en los comportamientos y preferencias del público objetivo del cliente.</li> <li>• Tendencias demográficas y culturales.</li> </ul>
T	E	L
<p>Tecnológico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avances tecnológicos en medios de comunicación y publicidad digital.</li> <li>• Uso de inteligencia artificial y automatización.</li> </ul>	<p>Ecológico</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preocupaciones sobre la contaminación y la responsabilidad ambiental.</li> </ul>	<p>Legal</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normativas de protección de datos y privacidad.</li> <li>• Regulaciones de propiedad intelectual.</li> </ul>

- Político:
  - Políticas y regulaciones gubernamentales sobre publicidad y protección del consumidor: la agencia debe cumplir con las leyes y regulaciones establecidas por las autoridades competentes en materia de publicidad, como la prohibición de publicidad engañosa o la restricción de ciertos productos dirigidos a audiencias específicas.
  - Cambios en las políticas fiscales relacionadas con la inversión en publicidad: si el gobierno ofrece incentivos fiscales para empresas que invierten en publicidad, esto puede afectar la demanda de servicios de la agencia.



- Económico
  - Ciclos y condiciones económicos generales: en períodos de desaceleración económica, es posible que las empresas reduzcan su inversión en publicidad, lo que puede afectar la demanda de servicios de la agencia.
  - Tendencias de crecimiento económico en la industria de la publicidad y el marketing: si hay un crecimiento constante en el gasto en publicidad y marketing, esto puede crear oportunidades de negocio para la agencia.
  
- Sociocultural
  - Cambios en los comportamientos y preferencias del público objetivo del cliente: en caso de aumento del uso de dispositivos móviles y las redes sociales en el público objetivo puede requerir que la agencia desarrolle estrategias de marketing digital y campañas orientadas a estos canales.
  - Tendencias demográficas y culturales: la agencia debe considerar las características demográficas y culturales del público objetivo de los clientes para crear campañas publicitarias efectivas y relevantes.
  
- Tecnológico
  - Avances tecnológicos en medios de comunicación y publicidad digital: debe mantenerse al día con las últimas tecnologías y herramientas digitales para ofrecer soluciones innovadoras a sus clientes.
  - Uso de inteligencia artificial y automatización: la agencia puede aprovechar la inteligencia artificial y la automatización para optimizar procesos.
  
- Ecológico
  - Preocupaciones sobre la contaminación y la responsabilidad ambiental: la agencia no emplea el uso innecesario de papel y hace uso de luces de bajo consumo.

- Legal
  - Normativas de protección de datos y privacidad: debe cumplir con las leyes y regulaciones sobre protección de datos personales en sus actividades de marketing y publicidad.
  - Regulaciones de propiedad intelectual: La agencia debe respetar los derechos de propiedad intelectual y asegurarse de que los contenidos utilizados en sus campañas cumplan con las leyes aplicables.

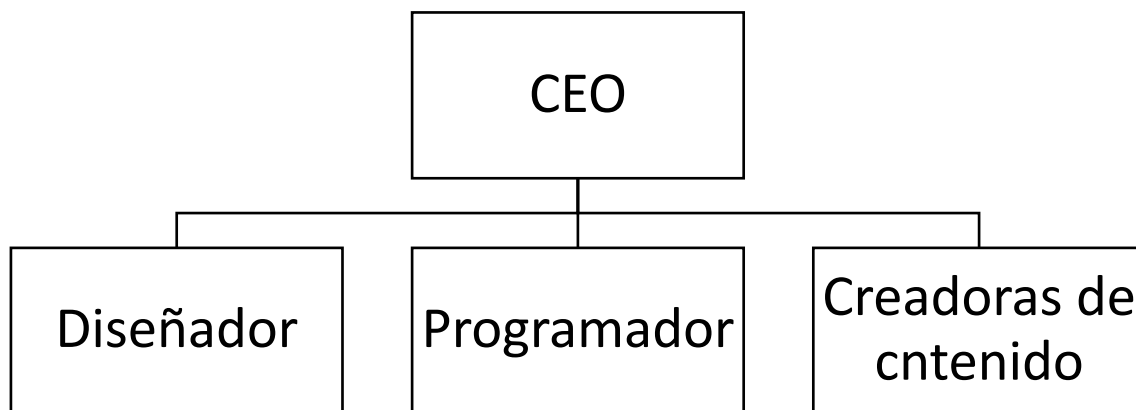
Análisis DAFO.

	INTERNO	EXTERNO
	DEBILIDADES	AMENAZAS
<b>NEGATIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay tanta presencia en las redes sociales, ya que se está empleando recientemente.</li> <li>• Recursos financieros limitados por ser una pequeña empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia intensa. El sector de la publicidad y el marketing es altamente competitivo, lo que puede dificultar la captación y retención de clientes frente a otras agencias establecidas.</li> <li>• Cambios en los algoritmos de las redes sociales y SEO. Los constantes cambios en los algoritmos de las redes sociales y los motores de búsqueda pueden afectar el rendimiento y la visibilidad de las estrategias de marketing empleadas.</li> <li>• Volatilidad económica. Las fluctuaciones económicas y los períodos de desaceleración pueden llevar a que las empresas reduzcan su inversión en publicidad, lo que podría</li> </ul>

		afectar la demanda de servicios de la agencia.
<b>POSITIVO</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiencia y conocimiento del mercado: Coco Global Media cuenta con profesionales especializados y con amplia experiencia en el campo del marketing y la publicidad, lo que les permite ofrecer servicios de calidad a sus clientes.</li> <li>Enfoque en la personalización y atención al cliente. La agencia se destaca por su enfoque personalizado hacia cada cliente. Escuchan activamente las necesidades y objetivos de sus clientes y desarrollan estrategias a medida. Esto les ayuda a construir relaciones sólidas y duraderas con sus clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento del mercado de la publicidad digital, ya que sigue creciendo y la agencia tiene la posibilidad de ampliar su cartera de servicios y clientes.</li> <li>Mayor conciencia de la importancia del marketing. las empresas están reconociendo cada vez más la importancia del marketing y la publicidad para el crecimiento y el éxito de sus negocios, lo que puede generar una mayor demanda de servicios.</li> </ul>

### 3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

#### 3.1. Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos



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

- **CEO:** es la máxima responsable de la agencia y desempeña un papel fundamental en la toma de decisiones estratégicas y el liderazgo de la organización. Se encarga de establecer y mantener buenas relaciones con los clientes y la agencia. Lleva a cabo el análisis inicial de los posibles clientes y, una vez realizada la conversión de estos lo presenta al equipo.
- **Creadoras de contenido:** se encargan de gestionar y administrar la presencia de los clientes en las redes sociales y blogs. Su principal función es construir y mantener una relación positiva con la comunidad online, interactuando con los seguidores, respondiendo preguntas, moderando comentarios y promoviendo la participación y el compromiso. Se encargan de crear contenido, interactuar con la comunidad, gestionar crisis y conflictos y monitorización de resultados de las campañas.
- **Programador:** principalmente se especializa en el desarrollo y mantenimiento de sitios webs, para ello mantiene una comunicación constante con el diseñador para asegurarse de que los diseños y la funcionalidad se integre de manera

efectiva. También se encarga de programar aplicaciones y software, de la optimización y rendimiento de los sitios webs y soluciona problemas técnicos.

- **Diseñador:** desempeña un papel fundamental en la creación y desarrollo visual de los proyectos de la agencia. Emplea diversas herramientas y programas para crear piezas atractivas visualmente. Está al día de las necesidades de los clientes para ofrecerles lo que desean.

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

1. La CEO de Coco Global Media realiza reuniones con los clientes de la agencia para tener conocimiento de las necesidades de estos.
2. Una vez realizado ese paso y a sabiendas de las necesidades, reúne al resto del equipo para transmitirles y encontrar la manera de cómo satisfacerlas creando todos los objetivos específicos necesarios.
3. A continuación, se distribuye los objetivos encontrados a cada departamento pertinente.
4. Una vez distribuidos los objetivos se planifican y comunican con todos los departamentos el lanzamiento de los contenidos y las creaciones para que esté todo dentro del tiempo límite establecido.
5. Por último, la CEO se encarga de supervisar todas las elaboraciones para su aprobación y entrega al cliente.

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

Resolución de 26 de octubre de 2020, de la Dirección General de Trabajo, por la que registra y publica el Acta de revisión y tabla salarial del Convenio colectivo de empresas de publicidad.

## **4. PLAN DE MARKETING**

### **4.1. Estrategia de marketing**

Coco Global Media se destaca por su estrategia personalizada y cercana, donde se enfoca en comunicar los puntos fuertes de cada cliente. Se centra en establecer relaciones estrechas con los clientes y medir los resultados de manera regular para identificar lo que funciona y focalizarse en áreas que generan resultados positivos.

## 4.2. Herramientas del marketing operativo

- Servicios
  - Redes sociales: su utilización con cada cliente va en función de la personalidad de la marca/empresa, las publicaciones tienen un diseño totalmente personalizado, y como base utilizamos fotos y vídeos profesionales.
  - Página web: el diseño de cada web es otra oportunidad de mostrar de forma ordenada y bonita la marca, es la carta de presentación que acerca al cliente con el producto o servicio y hace que quiera quedarse o incluso convertirlo en consumidor.
  - Campañas de marketing y publicidad: su estrategia es comunicar los puntos fuertes del cliente, y una vez iniciado el trabajo miden los resultados de forma constante para centrar el esfuerzo en lo que funciona.
  - Comunicación: coordinan campañas para eventos, realizan dossiers y presentación análisis.
  - Branding: su compromiso con cada marca conlleva una estrategia de branding donde trazan el plan para alcanzar los objetivos que la lleven al punto de solidez o desarrollo que la empresa quiere conseguir.
  - Gabinete de comunicación y relaciones públicas: realizan ruedas de prensa, presentación de productos, gestión gabinete de crisis, relación con los medios de comunicación y realización de eventos.
  - Vídeo y fotografía: ofrecen sesiones de fotos para campañas de publicidad, fotografías para catálogos y tiendas online, vídeos corporativos, vídeos para personajes públicos y vídeos promocionales.
  
- Precios: los precios de cada servicio varían dependiendo de lo que se pida y de dónde se empiece, ya que se adapta a las necesidades de los clientes. Pero algunos ejemplos serían:
  - Redes Sociales: servicios mínimos de 300€, añadiendo 150€ si se integran marketing y estrategias.
    - Objetivos SMART
    - Calendario de contenidos
    - Creación de contenidos
    - Evaluación

- Diseño web 1.500€
  - Análisis
  - Planificación
  - Ejecución
  - Lanzamiento
  
- Branding: 700€
  - 5 propuestas de logotipo
  - Infinitas propuestas y revisiones
  - Diseño de carpeta corporativa
  - Tipografías corporativas
  - Pantones y códigos de color
  - 30 archivos de logo
  - 30 derechos de propiedad
  - Manual de Identidad de Marca
  
- Promoción

La CEO de la agencia se encarga de promocionar los servicios de la agencia Coco Global Media mediante sus contactos, en busca de nuevos posibles clientes.

### **4.3. La relación con el cliente**

Como se ha mencionado anteriormente, en Coco Global Media la relación con el cliente se fundamenta en una atención personalizada, donde se mantiene una comunicación, tanto presencial como no presencial, constante entre el representante de la empresa cliente y la agencia. Una vez contratados los servicios de la agencia se establece una alianza estratégica donde el cliente deposita su plena confianza

La agencia muestra empatía hacia el cliente, comprendiendo y atendiendo sus necesidades, y claridad, ya que se comunica de manera clara y concisa la información necesaria. Además, se compromete a cumplir los plazos establecidos.

## 5. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL

### 5.1. Presencia online de la empresa, análisis y valoración

La actual estrategia adoptada por la agencia se centra en el Marketing Relacional. La CEO de Coco Global Media debido a su trayectoria profesional cuenta con una amplia experiencia en el sector. Gracias a su trayectoria parte de los clientes son conocidos de la CEO.

Con la utilización de la estrategia de Marketing Relacional, se busca fortalecer la comunicación tanto con clientes potenciales como con los existentes, y tiene como objetivo guiar a los clientes a lo largo del proceso y fomentar su lealtad.

Sus acciones están diseñadas para mejorar la interacción con los clientes, proporcionarles información de calidad necesaria, y garantizar una experiencia satisfactoria a los clientes.

La implementación de esta estrategia permite que la agencia sobresalga en la creación de relaciones sólidas y perdurables con sus clientes, fundamentadas en la confianza, la comunicación y el cumplimiento de las expectativas.

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

Algunas de las acciones a realizar pueden ser:

- Auditoría de marketing digital: se realiza una auditoría exhaustiva de las estrategias de marketing digital actuales, incluyendo la presencia en redes sociales, campañas publicitarias, SEO, contenido y análisis de datos. Identificar las áreas que necesitan mejorar y establecer objetivos claros para cada una de ellas.
- Análisis de datos: Asegurarse de tener las herramientas adecuadas para recopilar y analizar datos relevantes para las estrategias de marketing digital. Utilizar herramientas de análisis web, como Google Analytics, para obtener información sobre el rendimiento del sitio web, el tráfico, las conversiones y otras métricas importantes. Utilizar los datos para identificar patrones, tendencias y áreas de mejora.
- Optimización de la presencia en redes sociales: Evaluar los perfiles en las redes sociales y analizar la eficacia de las publicaciones y estrategias de compromiso. Identificar las plataformas sociales más relevantes para el público objetivo y



ajustar el enfoque en consecuencia. Considerar el uso de herramientas de programación de publicaciones para mejorar la consistencia y la eficiencia en la presencia en redes sociales.

- **Mejora del contenido:** Revisar y evaluar el contenido que compartes en tu sitio web, blog y redes sociales. Asegurarse de que sea relevante, valioso y atractivo para tu audiencia. Considerar la posibilidad de diversificar los formatos de contenido, como vídeos, infografías o podcasts, para llegar a diferentes segmentos del público objetivo. Utilizar técnicas de optimización de motores de búsqueda (SEO) para mejorar la visibilidad de tu contenido en los motores de búsqueda.
- **Personalización y automatización:** Utilizar herramientas de marketing automation para personalizar y automatizar tus campañas de marketing. Segmentar la audiencia en función de datos demográficos, intereses y comportamiento en línea, y envía mensajes específicos y relevantes a cada segmento. Esto ayudará a mejorar la eficiencia de las campañas y a aumentar la tasa de conversión.

### 5.3. Realiza una nueva propuesta de logo y justifícalo



La propuesta de logo ha sido diseñada manteniendo uno de los colores corporativos de la agencia y la misma tipografía.

Se ha buscado crear elegancia y un toque particular amontonando el “Co” de Coco.

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

Para lograr ganar presencia en redes sociales y captar nuevos seguidores, debemos de estar al tanto de las modas del momento y aprovecharnos de ello para darnos visibilidad.

Aprovechando que actualmente se están volviendo a retomar las redes de la agencia, debemos aprovecharnos del contenido que se consume hoy en día, como los reels de Instagram (que anteriormente no existían), y crear vídeos cortos pero de calidad y que sepamos con anterioridad que a la gente le puede gustar.

También podríamos promocionar las publicaciones clave para llegar mejor al público objetivo.

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

### **6.1. Objetivos del puesto**

Crear y gestionar estrategias de contenido con el fin de satisfacer las necesidades de los distintos clientes de la empresa. A su vez, saber aplicar las aptitudes adquiridas de los estudios en un ambiente laboral real.

### **6.2. Descripción de tareas**

- Elaborar y planificar las estrategias de contenidos de cada cliente.
- Desarrollo total correspondiente a la realización de colaboraciones.
- Establecer objetivos específicos y medibles.
- Atender las necesidades de los clientes.
- Escucha activa con los clientes de la agencia
- Crear calendario de publicaciones.
- Diseñar contenido visual.
- Redacción de textos persuasivos.
- Sesiones de fotos para crear contenido.
- Realización de blogs.

### 6.3. Relaciones

Las relaciones establecidas en la agencia son de carácter laboral personal, ya que se establecen en el ámbito mencionado entre todo el equipo.

Actualmente la relación establecida con la agencia se realiza mediante un contrato de prácticas, con el fin de adquirir las competencias y experiencia necesarias.

El propósito de esta es superar con excelencia los propósitos preestablecidos en el contrato.

Dentro de la totalidad grupal se mantiene una óptima relación entre departamentos, ya que una de las premisas de Coco Global Media es el buen ambiente y trabajo en equipo.

### 6.4. Disponibilidad

Se cumple con objetividad el horario establecido en el contrato.

### 6.5. Documentación

Para la ejecución de las distintas labores, las herramientas técnicas requeridas son las siguientes:

- Photoshop: en edición fotográfica y realización de *mockups*. Las principales herramientas que se emplea son las siguientes:
  - Selección de objetos: en el momento de la maquetación de las piezas requeridas.
  - Herramienta Pincel corrector puntual: a la hora de perfeccionar mínimos detalles.
  - Herramienta degradado: en el diseño de varias campañas.
  - Máscara de recorte: para la realización de *mockups* para los dossiers.
  - Texturas y filtros: con el fin de integrar montajes.
- Canva: en elaboración de diseños de campañas, feeds, dossiers, vídeos, etc. Es una herramienta primordial en la agencia, ya que todo el equipo la utiliza y gracias a ella se consigue predefinir plantillas para los clientes.
- CapCut: especialmente para vídeos con más efectos especiales, debido a que se cuenta con una amplia elección de opciones.
- Chat GPT: se aplica famosa inteligencia artificial para la mejora de redacciones, escritos, notas de prensa, etc.

## 6.6. Ambiente

La agencia mantiene un clima laboral muy agradable y acogedor. La comunicación verbal y no verbal entre los integrantes de los distintos departamentos es muy positiva, lo que genera un ambiente idóneo para un excelente ambiente laboral.

## 6.7. Riesgos

Algunos de los posibles riesgos a los que se puede enfrentar una trabajadora de marketing y publicidad en una agencia son:

- Sobrecarga de trabajo: las demandas del trabajo en marketing y publicidad pueden ser intensas, con plazos ajustados y múltiples proyectos en curso. Esto puede llevar a una sobrecarga de trabajo, estrés y presión para cumplir con las metas y objetivos.
- Estrés y presión: el entorno de trabajo en marketing y publicidad puede ser altamente competitivo y exigente. La necesidad de cumplir con los resultados esperados, manejar múltiples proyectos simultáneamente y enfrentar expectativas constantes puede generar altos niveles de estrés y presión.
- Ritmo de trabajo acelerado: la industria del marketing y la publicidad a menudo implica plazos ajustados y la necesidad de adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. Esto puede generar un ritmo de trabajo acelerado y la necesidad de realizar tareas en un tiempo limitado.
- Jornada laboral extensa: en ocasiones, los profesionales de marketing y publicidad pueden verse obligados a trabajar horas extras para completar proyectos o cumplir con los plazos. Esto puede resultar en una jornada laboral prolongada, afectando el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.
- Dependencia de terceros: en algunos casos, la trabajadora puede depender de proveedores externos, como medios de comunicación, agencias de producción o proveedores tecnológicos. La falta de cumplimiento o rendimiento de estos terceros puede afectar el trabajo y los resultados de la trabajadora.
- Fatiga visual: debido al tiempo que se dedica delante de pantallas.

## 6.8. Dedicación

Existe una jornada preestablecida para todos los trabajadores. Al empezar la jornada se revisa el listado del trabajo solicitado, de esta manera se consigue asegurar que no falte nada del día anterior.

A continuación, se establece la prioridad de trabajo del día para poder organizarse cada departamento como corresponda. En caso de que sea lunes, se organiza toda la semana continua para tener todo lo más organizado posible.

A pesar del esfuerzo por mantener todo bajo control, siempre aparecen trabajos inesperados o con mayor prioridad, por lo que es necesario reorganizar la prioridad, sin obviar el resto de labores.

### **6.9. Integración**

Para poder cumplir con las expectativas del puesto ofrecido, se debe contar con conocimientos de marketing, diseño, redacción, terminología principalmente.

La integración es gradual para una mejor adaptación en el puesto de trabajo y poder cumplir con los objetivos. Una vez asignados los primeros clientes principalmente se debe pensar en feed acorde de la empresa y en posibles campañas. Una vez hecho esto las tareas van en auge, como asistir a sesiones de fotos y reuniones.

## **7. REFLEXIÓN FINAL**

Tras haber realizado y finalizado de la mejor manera posible este periodo de aprendizaje, sólo puedo estar sumamente agradecida por la oportunidad que me ha sido ofrecida.

A lo largo de estos meses he podido comprobar de primera mano la importancia de los conocimientos previamente adquiridos para la realización de todas las tareas en las que me he visto inmersa y lo realizada que me sentía por poder colaborar con todo el equipo de trabajo y por todo el apoyo que ellos me han ido ofreciendo a lo largo de este tiempo.

Mención especial a la CEO de Coco Global Media, Natalia Tripipatkul, por haberme abierto las puertas a un mundo en el que, si bien al principio tenía algo de dudas sobre si iba a poder integrarme con facilidad dentro de la empresa, puso todo de su parte para que me sintiera una más de la agencia y me ofreció las herramientas necesarias para poder sobresalir en mi puesto, objetivo que se cumplió con creces tal y como la CEO ha ido diciéndome a lo largo de todo este periodo.

Como conclusión final, me gustaría agradecer de nuevo la rápida integración que he tenido dentro de la empresa y todo lo que he ido aprendiendo y mejorando, siendo una experiencia muy enriquecedora y por la que estaré eternamente agradecida.