

PROYECTO FINAL DE MARKETING Y PUBLICIDAD

TRABAJO FINAL DE CICLO

Nombre y apellidos: Pablo Vela Quinto

Empresa de prácticas: Sesderma S.L.



Responsable de la empresa: Paula Pérez Lozano

Tutor del trabajo: Nuria Maria Garcia Pascual

ÍNDICE

Contenido del Proyecto Final

- 1. Antecedentes y contextualización de la empresa** Pág (5-10)
 - 1.1 Actividad de la empresa y su ubicación en el sector.
 - 1.2 Estructura y organización empresarial del sector
 - 1.3 Misión ,visión y valores.
 - 1.4 La cultura de la empresa: imagen corporativa, manual de identidad...

- 2. Análisis del Entorno General y Específico. DAFO / PEST** Pág (10-14)

- 3. Plan de Recursos Humanos** Pág (14-21)
 - 3.1 Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.
 - 3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.
 - 3.3 Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.
 - 3.4 Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional.

- 4. Plan de Marketing** Pág (21-24)
 - 4.1 Estrategia de Marketing
 - 4.2 Herramientas del marketing operativo
 - El producto/ servicio.
 - El precio.
 - La promoción ¿Cómo se da a conocer? ¿Cómo encontrar cuentas nuevas?... (Ferias nacionales, concursos, festivales nacionales o internacionales, etc..)

4.3 La relación con el cliente

5. Marketing y diseño digital Pág (24-28)

5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración.

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

5.3 Realiza una nueva propuesta de logo y justifícalo.

5.4 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.

6. Definición del puesto de trabajo Pág (28-33)

6.1 Objetivos del puesto

6.2 Descripción de tareas

6.3 Relaciones

6.4 Disponibilidad

6.5 Documentación

6.6 Ambiente

6.7 Riesgos

6.8 Integración

7. Reflexión final Pág (33-34)

7.1 : 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.

ÍNDICE - IMÁGENES

Imagen 1 / Fuente: Sesderma



Imagen 2 / Fuente: Sesderma



Imagen 3 / Fuente: Sesderma



Imagen 4 / Fuente: Personal

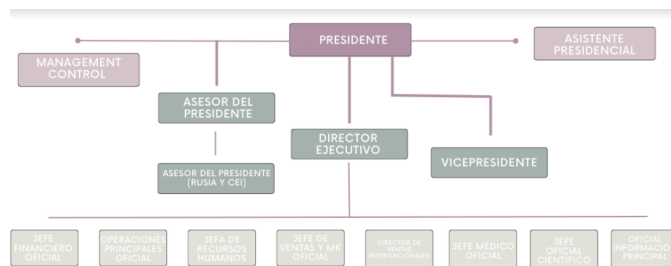


Imagen 5 / Fuente: Google



Imagen 6 / Fuente: Personal



Introducción:

En este documento se van a ver algunos aspectos informativos acerca de la empresa Sesderma, en la cual he realizado las prácticas del ciclo superior. Durante la lectura, vamos a ir abarcando temas fundamentales que explican el funcionamiento y los métodos de trabajo de la empresa, como pueden ser las herramientas de marketing que emplean y las estrategias, que tipo de plan de recursos humanos tiene y como es en la práctica o un análisis general interno y externo de los aspectos que le afectan.

También se van a explicar las diferentes líneas que conforman la empresa según el target al que se refieren, y la forma de trabajar que tiene cada una, ya que pese a ser de la misma empresa, el método de trabajo entre ellas es totalmente diferente.

Pero fundamentalmente, a lo que va a estar enfocado la mayoría de los minutos, es al ámbito del departamento de comunicación, que del que formo parte, se podrá ver en cada punto que efectos tiene sobre el trabajo diario los procedimientos de la empresa. Además, también se tratarán las tareas que he realizado en mi estancia allí, y la importancia que tienen esas acciones para el buen funcionamiento de la empresa.

1 Antecedentes y contextualización de la empresa

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

Sesderma es una empresa fundada en 1989 por el Dr. Gabriel Serrano y cuya sede se encuentra en Puzol, Valencia. Sesderma se encuentra dentro del sector dermatológico y cosmético, especialmente dirigido al cuidado de la piel de las personas, expresado por parte de la empresa mediante su lema *"Listening to your skin"* (*"Escuchando tu piel"*). Sesderma se dirige a un público bastante general, y esto se puede ver reflejado claramente en las divisiones en las que se separa la empresa. Para empezar se encuentra la marca Sesderma, que es la parte más importante y la que va dirigida a un público mucho más amplio sin importar la edad, posteriormente tenemos la sección de Mediderma, que es la que va dirigida a la fabricación y comercialización de productos para clínicas métricas de distintos ámbitos, y por último se encuentra la división de Shophieskin, cuyos productos van dirigidos a un público mucho más joven.

Dentro de su sector, Sesderma se encuentra entre una de las más grandes e innovadoras, gracias a todo su equipo de trabajo en todos los ámbitos y su gran inversión en estudios para poder mejorar la salud de la piel de todas las personas.

Como ya he dicho anteriormente, Sesderma es una de las empresas líder de este sector, especialmente en España, donde las empresas que pueden llegar a hacerle competencia son empresas como martiderm, Isdin o Natura bissé. Por otro lado, en el ámbito internacional, también se encuentra en una posición muy elevada, donde compite con empresas muy importantes y conocidas como son Caudalie, Teoxane o Fillmed.

1.2 Estructura y organización empresarial del sector

La estructura empresarial de la empresa, está constituida en base a la jerarquía de los puestos de cada departamento o puesto. En lo más alto de esta estructura, se encuentra el director y fundador de la empresa Gabriel Serrano.

Un escalón más abajo, se encuentran el CEO de la compañía y el vicepresidente. Posteriormente, encontramos en el tercer escalón, a los jefes de los departamentos más importantes de la compañía y puestos específicos, como son el director de marketing, director financiero, director de comunicación o el director ejecutivo. Y por último estarían las personas las cuales conforman todos los departamento y que sigue las instrucciones que dicten los altos mandos.

1.3 Misión ,visión y valores.

Misión:

La misión principal de Sesderma es la de mejorar la calidad de vida de las personas mediante el cuidado de su piel, utilizando la tecnología más innovadora del mercado y a los mejores profesionales en el sector para ofrecer soluciones efectivas y personalizadas a cada persona que lo necesite.

Visión:

La visión de sesderma es convertir la marca en una las empresas líderes mundialmente dentro de su sector, mediante el desarrollo constante de nuevas tecnologías y con la colaboración de los mejores expertos en el sector de la dermatología, haciendo así, que la presencia de la empresa sea mucho más global y sea una de las referentes.

Valores:

1. Saber: Afán de superación tecnológica y conocimiento.
2. Humanidad: Las personas por encima de todo. Siguiendo el juramento hipocrático de la medicina, anteponen a las personas y su bienestar por encima de todo.
3. Generosidad: Entrega y vocación de satisfacer a sus clientes.
4. Calidad: En Sesderma, se comprometen a ofrecer los mejores productos en cuanto a calidad del mercado y cumplir con todos los estándares de seguridad y eficacia para el cuidado de la piel de las personas.
5. Innovación: Sesderma es una de las empresas pioneras en cuanto a la tecnología que emplea dentro de su sector, lo que hace que se diferencie del resto de las empresas de la competencia.
6. Responsabilidad social: La empresa es consciente de la magnitud que tiene y de los efectos que pueden tener sus acciones en el medio ambiente y en la gente, por lo que se compromete a actuar de manera responsable y sostenible en todas sus acciones.
7. Personalización: Cada persona tiene un tipo de piel diferente, con unas características determinadas, por en sesderma ofrecen un servicio muy personal para ajustar el tratamiento y sus productos a cada una de las personas

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

La cultura empresarial de la empresa la podemos ver expresada en dos aspectos claves, como son el logotipo y como son los productos de la empresa. En el caso del logotipo y nuestro lema "listening to your skin" se muestran como unidad.

Simbolizan la esencia de la empresa , en el caso del logotipo, la mariposa simboliza la metamorfosis y el cambio al que esta se somete cada cierto tiempo, y es precisamente

eso lo que nos puede brindar sesderma con sus productos para el cuidado de la piel y a transformación positiva que producen , y por el otro lado encontramos el lema, el cual traducido significa escuchando tu piel, haciendo referencia a la personalización de los productos de la empresa, los cuales están dirigidos especialmente a todos los tipos de pieles y para todos los problemas que le puedan surgir a una persona en la piel y son la carta de presentación por lo que en la comunicación deberán tener siempre un lugar relevante, no como firma. El logotipo se utiliza a un solo color y en un espacio blanco siempre que sea posible.

Y por el otro lado están sus productos, la calidad de los productos habla por ellos mismos y por ello los ponen en el centro de la comunicación. Se debe cuidar al detalle su imagen para que resulte visualmente atractiva para el consumidor. Son el resultado final de la visión integral propia de la dermatología. Es la solución a un problema de la piel y satisface una necesidad de los consumidores.

En el manual de identidad corporativo de la empresa podemos ver los siguientes puntos:

-La marca: Donde se incluyen aspectos como el logotipo o el slogan de la empresa explicado anteriormente.

-Color corporativo: Eligieron una paleta de colores para distinguir las diferentes familias de productos. Estos colores se incorporan en los elementos gráficos e iconografía para distinguir los productos y agregar vitalidad y riqueza.



Imagen 1/ Fuente: Sesderma

-Tipografía: La elección de la tipografía es esta, Apex Sans la cual fue concebida como respuesta a la necesidad de una tipografía fresca, elegante e inteligente de usos múltiples. Es un diseño sans moderno, con visión de futuro, pero no futurista, precisa, pero no fría y geométrica, pero con alma.

Y posteriormente también cuentan con una tipografía secundaria que es la empleada a la hora del desarrollo de presentaciones, soportes web y digitales en general, la familia tipográfica utilizada es la Open Sans.

-Elementos gráficos: Versiones corporativas con movimiento. Se creó una versión del logotipo con movimiento para su uso tridimensional y en plataformas y aplicaciones digitales. La expresión de la marca, a través del movimiento, añade al discurso visual un elemento extra que le convierte en un objeto creativo mucho más poderoso y de mayores alcances comunicativos.

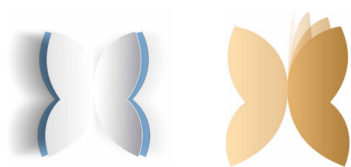


Imagen 2

Imagen 3

Fuente: Sesderma

-Papelería: Es el último elemento que forma parte del manual de identidad de la empresa, en la cual se muestran algunas de las piezas de papelería de uso más frecuente. En todos los casos, hay que atenerse a las versiones prescritas en este manual para conseguir una imagen coherente, sólida y diferenciada. La elección de tipografías, colores, signos gráficos y posibilidades de composición no es casual y por lo tanto debe respetarse. Los elementos que conforman la papelería de la empresa son:

- **Papel de carta:** Formato: A4 (210 x 297 mm) / Papel: 100g Blanco / Colores: Pantone 430 C / Texto Negro / Tipografía: Open Sans.

- **Comunicado interno :** Formato: A4 (210 x 297 mm) / Tipografía: Open Sans.

- **Modelo informe:** Formato: A4 (210 x 297 mm) / Papel: 80g Blanco / Colores: Pantone 430 C / Texto Negro / Tipografía: Open Sans-

- **Tarjeta de visita:** Personalizada Formato: 85 mm x 50 mm / Papel: estucado mate blanco, 350 g Back (grey colour background) / Color: Pantone Metallic 10.388 C.

- **Carpeta Formato:** 240 mm x 310 mm (cerrada), con bolsillo interior. / Papel: estucado mate blanco, 350 g Color: / Pantone Metallic 10.388 C / Acabado: laminado mate (polyethylene).

- **Sobres:** Americano / Formato: 225 mm x 115 mm / Papel: 100 g, blanco.

2 Análisis del Entorno General y Específico. DAFO / PEST

A continuación vamos a ver el análisis DAFO y PESTEL de la empresa donde podremos ver los aspectos tanto negativos como positivos de la empresa, además de todos los factores que le puede llegar a afectar, y con todo ello poder tener una nueva misión de la propia compañía y ver los puntos en los que se podrían modificar cosas para mejorarlas

Análisis DAFO

Debilidades:

- Una de las debilidades con las que cuenta Sesderma es la de la cantidad de competencia que se encuentra en su sector, tanto a nivel nacional como a nivel internacional, donde hay empresas de una magnitud muy grande que ofrecen productos similares.
- Otra debilidad que yo encuentro en la empresa es el precio de algunos de sus productos, ya que hay productos como son protectores solares o hidratantes que se pueden encontrar mucho más asequibles en otros sitios.
- La empresa tiene mucha visibilidad en el ámbito nacional y algunos países de latinoamérica, pero en mi opinión, podría intentar abarcar y tener mucha más presencia en países centroeuropeos o en norteamérica

Amenazas:

- La mayor amenaza que yo creo que es con la que cuenta la empresa, es la de la competencia, tanto a nivel nacional como internacional, ya que hay muchas empresas de una magnitud y calidad muy grandes que ofrecen productos similares a los de Sesderma.
- Otra amenaza con la que cuenta es que su sector muchas veces está afectado por tendencia y por épocas, ya que hay productos que en determinadas temporadas o estaciones del año no se comercializan ya que para la gente le es innutil.

Fortalezas:

- La mayor fortaleza que veo en la empresa, es su gran inversión y conocimientos en innovaciones tecnológicas para su posterior empleabilidad en los productos que comercializa, ya que dichos avances son los que hacen que se diferencien sus productos de los de la competencia.
- Su equipo de trabajo es otra de las cosas que más sorprende cuando acudes a la empresa, ya que muchas veces hay personas que realizan tareas donde en otra empresas necesitan a varias personas para realizar el mismo trabajo.
- La experiencia con la que cuenta en el sector también es una de las cosas que marcan la diferencia respecto al resto.
- Como ya he dicho anteriormente, la experiencia es algo que se nota en sus productos, pero que también tiene efecto en los clientes, ya que muchas veces cuando comparan los productos de varias empresas muchas veces solo por la magnitud de la empresa se decantan por comprar un producto de sesderma por delante de otras con otro nombre.

Oportunidades:

- Cada vez la gente se preocupa con más interés por el cuidado de su piel, lo que hace que para conseguir ese efecto se decidan por comprar productos para

conseguir resultados, y sesderma es una de las empresas en las que la gente más suele confiar

- La constante innovación tecnológica hace que Sesderma, la cual es una de las que más inversión hace en cuanto a la tecnología, pueda conseguir una ventaja respecto al resto de la competencia.
- Por último, otra oportunidad con la que cuenta la empresa es la constante expansión a otros mercados y países, ya que pese a que ya es una empresa internacional, podrían seguir ampliando el territorio al que llegan, y esto podría acelerarse fácilmente gracias a la cantidad de congresos, eventos y demás actos internacionales que se realizan en el sector, y donde sesderma siempre está presente.

ANALISIS PESTEL

Político/Legal:

- Respecto al ámbito de las leyes, Sesderma debe cumplir con leyes y normas de calidad y seguridad, para asegurar de que los productos de la empresa no pongan ningún aspecto negativo para las personas.
- Al tratarse de una empresa internacional, deben cumplir con cada una de las normativas que existan en cada una de los países en los que operan.
- También son conscientes del impacto que pueden provocar en el medio-ambiente y en la sociedad, por lo que deben cumplir con muchas leyes que afectan a esto.

Económico:

- La constante inflación en la que se encuentra el mundo es algo por lo que la gente puede verse afectada y puede verse alterada la rentabilidad de la empresa, y también puede afectar a su nivel de producción y de productos que puedan llegar a ofrecer a las personas.

- Muchas veces, según el país en los que opere Sesderma, su nivel de beneficios es cambiante debido a que en cada país hay una renta y cada persona tiene un nivel de ingresos , por lo que muchas veces no pueden adquirir sus productos.
- Otro aspecto que se puede ver afectado es la de la demanda de sus productos, debido a las constantes crisis económicas y tensiones comerciales que hay mundialmente.

Social:

- La diversidad cultural y las preferencias con las que cuenta cada persona es algo que afecta a la empresa, lo que hace que según la época o zona del mundo en la que nos encontremos , la demanda puede ser cambiante y puede verse afectada.
- Cada vez la persona se preocupa más por su piel y por mejorar la calidad de la misma por lo que también afecta a la empresa, en este caso positivamente.
- Cada vez el sector de la belleza en el que se encuentra sesderma está más en auge y en tendencia, lo que hace cada vez tengan más visibilidad, especialmente en redes sociales, gracias al auge de los influencers, los cuales suelen ser los modelos de las campañas publicitarias suelen estar protagonizadas por estos.

Tecnológico:

- El éxito de Sesderma , tiene lugar en gran parte gracias a la fuerte inversión que han realizado en la tecnología, y que gracias a dicha inversión ha hecho que esta evolucione, conforme el sector evolucione sesderma lo hará con el.
- La tecnología digital y las redes sociales han hecho que la empresa tenga mucho más visibilidad y brinda a la empresa la oportunidad de que cualquier persona pueda conocer la empresa y pueda comercializar sus productos.

Ambiental:

- Sesderma está comprometida con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente lo cual se refleja en la forma que tiene de producir sus productos y los materiales y materias primas con las que lo realizan.
- La empresa debe cumplir con cantidad de leyes que afectan a su producción y que están dedicadas a la protección del medio ambiente
- El mundo está en constante cambio de tendencias y de concienciación ambiental, por lo la empresa debe estar atenta a estos cambios para poder actuar y aprovecharlo.

Legal:

- Sesderma debe cumplir con las normas en cuanto a la materia de propiedad de patentes o de marcas que se han podido registrar anteriormente.
- Debe estar atento a los posibles cambios de leyes que se pueden dar en cuanto a la publicidad y campañas de marketing que la empresa pretenda realizar para cada uno de sus productos.
- Debe cumplir con normas relacionadas con la privacidad y la protección de datos de los clientes con los que trata.

3 Plan de Recursos Humanos**3.1 Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.**

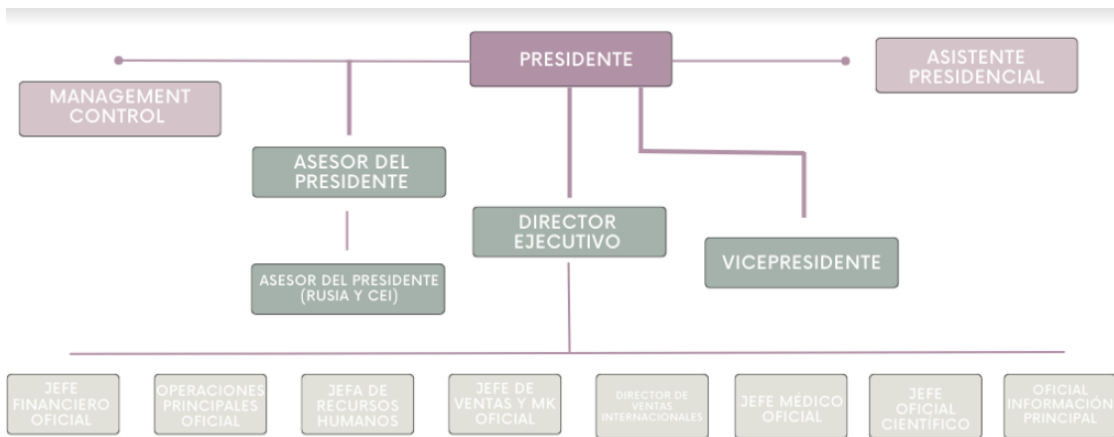


Imagen 4 Fuente: Personal

Tal y como ocurre en todas las empresas, es fundamental el trabajo en conjunto y la buena relación entre todos los departamentos de la empresa, ya que al final, todos los departamentos dependen en cierta medida de los otros. Las relaciones que existen entre los departamentos es super amplia y al final no se pueden saber todos y cada una de las relaciones entre sí, por eso explicaré las relaciones que yo he podido ver que existe entre mi departamento, el de comunicación, y el resto. Para empezar explicare los departamentos con los que menos relación se suele tener, los cuales son el departamento de IT, SAC y recursos humanos, a los cuales solamente se acuden si hay problemas informáticos en los ordenadores o elementos electrónicos en el caso de IT o si existen problemas a la hora de fichar en el caso de recursos humanos.

Y posteriormente explicaré el tipo de relaciones que se tienen con los departamentos con los que más se trabaja conjuntamente. En el caso del departamento de diseño, la buena relación es fundamental para ambos departamentos, ya que muchas veces desde nuestro departamento se necesita de diseño para la edición de alguna foto para así realizar correcciones en las imperfecciones, y posteriormente, el departamento de diseño necesita de nuestro trabajo para obtener fotos buenas de productos para poder realizar los folletos y presentaciones sobre los productos.

También se tiene mucha relación con el departamento de marketing, ya que son ellos los que fijan cuáles son los productos que se quieren promocionar cada mes, y nosotros posteriormente haremos el contenido aplicado para ese contenido.

Y por último, está el departamento con el que más se suele necesitar ayuda, el cual es el departamento médico, ya que muchas veces hacemos contenido hablando sobre beneficios de productos, hablando de activos, o realizamos videos donde se hablan de diferentes aspectos, y obviamente tenemos que recurrir a ellos para que nos expliquen de manera entendible las dudas que se tengan , o lo fundamental que se tendría que decir sobre algun producto o componente del mismo.

3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.

Dentro de Sesderma, existen muchos departamentos relacionados entre sí, que se dividen en puestos de trabajo externos e internos, y cada uno de ellos tiene que realizar unas tareas determinadas para el funcionamiento conjunto de todas. Para comenzar, voy a explicar las funciones que se realizan dentro del departamento del cual he formado parte, que es el departamento de comunicación.

En el caso de mi departamento podemos distinguir dos aspectos fundamentales, como es la misión que tiene el puesto de trabajo, y las funciones las cuales están asignadas al propio departamento. La misión principal del puesto de trabajo es ser el responsable de la planificación y gestión de redes sociales y otros medios de comunicación para las empresas del grupo, promoviendo a su vez una imagen positiva de la organización de acuerdo con la estrategia global en social media, fomentando debates, conversaciones, aportando sugerencias, detectando necesidades y ofreciendo soluciones.

Creación y edición de contenido audiovisual, promoviendo a su vez una imagen positiva de la organización de acuerdo con la estrategia global de comunicación y marketing.

Y posteriormente tendremos todas las tareas las cuales están asignadas, las cuales están explicadas brevemente a continuación:

- Creación del plan de contenido mensual para las diferentes redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn y Youtube). Incluyendo copys, selección/toma de imágenes y grabación de vídeos, incluyendo la supervisión de shootings de trabajo.
- Creación de contenido audiovisual in-house (grabación, montaje y producción digital)

- Redacción de publrreportajes, artículos, entrevistas y crónicas para revistas o webs.
- Desarrollo de locuciones, briefings y storyboards para vídeos
- Organización y realización de sesiones fotográficas.
- Edición de vídeo y edición de fotografía
- Gestión de contenido audiovisual
- Implementar el plan de contenidos mensual, supervisando los canales sociales y dando respuesta a comentarios, dudas y sugerencias.
- Capacidad de análisis y control de situaciones reactivas.
- Elaboración de Base de datos de medios de comunicación y prescriptores de opinión.
- Propuesta de perfiles de influencers y celebrities para las diferentes campañas, redacción del briefing y seguimiento de las publicaciones.
- Elaboración de notas de prensa sobre productos, eventos/congresos y nuevos lanzamientos, así como su posterior envío a diferentes medios de comunicación del sector beauty.
- Soporte en redes sociales de filiales que no disponen de community manager.

Una vez explicado las tareas que en teoría están asignadas a mi departamento, explicaremos de forma entendible y no tan extensa las funciones específicas que tienen el resto de departamentos de la empresa. Como he dicho antes, dentro de la empresa existen puestos de trabajo internos y externos.

En la parte de los puestos externos, encontramos tres tipos de departamentos, los cuales no forman parte como tal de la empresa, pero sí que realizan una función para

la propia ya sea en forma de negocio, colaboración... El primero de todos son los medios de comunicación y periodistas, cuya función es la de publicar noticias acerca de la empresa en sus medios para darle visibilidad a las acciones que se realizan, como pueden ser comunicados del propio presidente, nuevos lanzamientos de productos o de una nueva línea o bien realizar notas de prensa sobre temas internos.

El siguiente puesto externo relacionado con la empresa es el de los puestos de influencers y celebrities, los cuales son personas que suelen tener bastante poder social y muchas gente simpatizante, los cuales son contratados para realizar acciones publicitarias y que tengan la máxima difusión posible, es el ejemplo de actrices como Georgina, modelo y mujer del futbolista Cristiano Ronaldo, o María León, actriz de muchísimas series y películas españolas.

Y para finalizar con los puestos y departamentos externos de la empresa tenemos las agencias y content plan mensual, los cuales tienen la función de realizar los briefings y content plans que es de donde se va a guiar la empresa para realizar sus futuras acciones.

Una vez explicados los puestos externos vamos a ver los que se encuentran dentro de la empresa y tiene una relación directa con ella. La primera de todas, es el departamento médico, el cual está compuesto por médicos y farmacéuticos los cuales tienen distintas funciones, las cuales tienen que ver con la información de los distintos productos de la empresa, ya que si cualquier persona necesita cualquier información específica tiene que acudir a este departamento. Y la otra función de este departamento, es la de realizar las formaciones de productos a las nuevas incorporaciones de la empresa y a los farmacéuticos y personas que trabajan para la empresa en otras ciudades.

El siguiente puesto y departamento que vamos a ver es el departamento de marketing, que se encargan de llevar el posicionamiento general de las líneas de la empresa, según el producto y la línea de la que se trate, se tendrá que hacer un protocolo, un posicionamiento y una adaptación al target de cada uno para conseguir el máximo número de ventas posibles, y aparte de eso, al igual que el departamento médico, también participan en las formaciones ya que deben explicar al resto de personas como se debe vender dichos productos.

Seguido del departamento de marketing, se encuentra el departamento de marketing internacional , cuya función principal es la de saber en qué estado se encuentran las ventas de productos en otros países fuera de España, y además de todo ello saber también información y contenido sobre los congresos y eventos del sector que se realizan en otros países.

En relación a este último, encontramos el departamento de eventos y congresos, los cuales son los que deben saber las fechas, los horarios, los stands disponibles y toda la información relacionada con eventos y congresos a los que la empresa vaya a tener presencia, y aparte de todo eso, también deberán gestionar el tema de vuelos, hoteles y demás servicios necesarios para las personas que acudan a los eventos en representación de la empresa.

El departamento de atención al cliente es otro punto muy importante ya que está en constante relación con el consumidor y con el cliente, ya que son ellos los que tratan las incidencias que tengan sobre los productos de la compañía, y deben darle una solución a los propios clientes.

A continuación encontraríamos el departamento digital los cuales tiene la función de realizar el seguimiento de los mailings, concursos en redes, apoyo a campañas de marketing que se realicen por parte de la empresa.

Luego se encuentran los delegados comerciales, los cuales son las personas que se encargan de realizar las ventas a farmacias en otros lugares de España y el mundo, y es a ellos a los que generalmente van dirigidas las formaciones, ya que deben saber como saber vender los productos.

El departamento de traducción es uno de los más pequeños de la empresa y con menos componentes, y tiene la función específica de traducir todo el contenido acerca de la empresa, al inglés y al chino.

Y para finalizar , encontramos las filiales, las cuales tienen la labor de generar contenido en diferentes formatos a la empresa para su posterior utilización para otros fines.

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

Dentro de la empresa, al igual que en el resto, en cada una de las acciones que se realizan tienen una serie de pasos que son fundamentales para un buen resultado final. Dentro de este sistema, podemos distinguir dos partes, una que es la que se realiza el trabajo y lo que es el proyecto en sí, y lo otro un control de calidad.

Para la realización de cualquier trabajo para la empresa, todos deben adquirir cierta información acerca de la base de datos de la propia empresa, en la cual se almacena toda la documentación necesaria para cada proyecto, y además es donde se ubican posteriormente para conservar los proyectos. Una vez establecidas las acciones que se van a realizar y se tiene toda la información necesaria para poder realizarla, se comienza a realizar el trabajo que en ese momento se pida. Posteriormente se realizan los trabajos dentro de las herramientas y programas correspondientes donde cada departamento realice sus funciones, en el caso de mi departamento, se trataría de programas como photoshop o illustrator.

Una vez finalizado el trabajo, es fundamental realizar un cierto control de calidad, se trate del trabajo que sea. Un ejemplo de esto podría ser al finalizar la producción de un producto, ya que se tiene que revisar que dicho producto contenga la cantidad indicada en el envase, o que el propio packaging del producto no presente ningún desperfecto que pueda suponer pérdida para la empresa. Otro ejemplo, pero este más enfocado al trabajo que he realizado, sería al realizar el control antes de subir un post, ya sea en formato de video, de foto o de carrusel, donde antes de la publicación de cualquier contenido, se realiza un análisis del propio post, para eliminar faltas de ortografía o si alguna de las indicaciones dadas sobre un producto o activo son erróneas

3.4 Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional.

-El convenio de la industria química es un acuerdo laboral que establece las condiciones de trabajo, derechos y obligaciones de los trabajadores y empleadores dentro del sector químico. A continuación explicaré los aspectos más importantes sobre este convenio en España.

-Ámbito de aplicación: El convenio se aplica a todas las empresas y trabajadores que desarrollan actividades relacionadas con la industria química, incluyendo la fabricación, producción, distribución y comercialización de productos químicos.

-Jornada laboral: Se establecen las horas máximas de trabajo por semana y por día, así como los límites para horas extras y descansos entre jornadas.

-Salarios y categorías profesionales: Se establecen las diferentes categorías profesionales y niveles salariales dentro del sector químico, en función de la cualificación, experiencia y responsabilidad de los trabajadores. También se incluyen las reglas para los aumentos salariales y las revisiones periódicas.

-Vacaciones y permisos: Se regulan los derechos a vacaciones anuales, permisos por motivos personales, permisos remunerados por asuntos sindicales y permisos para la formación y desarrollo profesional.

-Salud y seguridad laboral: Se establecen las medidas de prevención de riesgos laborales y la obligación de las empresas de garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para los empleados.

-Igualdad y no discriminación: Se promueve la igualdad de oportunidades y la no discriminación en el empleo, asegurando la igualdad salarial entre hombres y mujeres, así como la inclusión de personas con discapacidad.

-Negociación colectiva y representación sindical: Se establecen los derechos y garantías para la negociación colectiva entre los empleadores y los representantes de los trabajadores, así como la protección de los derechos sindicales.

4 Plan de Marketing

4.1 Estrategia de Marketing

Dentro de Sesderma, se encuentran diferentes líneas de productos dirigidos a un público específico, como es el caso de la línea mediderma dedicada a la venta a profesionales médicos, o la línea sophieskin, dirigida a un público más juvenil. Es por ello que dentro de la empresa y sobre todo dentro del departamento de marketing, se

tenga una línea estructurada para cada campaña y para cada estrategia de marketing que se realice.

En el caso de sesderma, la línea que se sigue tanto para el lanzamiento de un nuevo producto, como para su posterior venta a los consumidores, tiene como valor fundamental el saber a qué público te estás dirigiendo con cada producto y el saber transmitir porque el producto que deben adquirir es el de la empresa. Una vez se determina a qué público va a ir dirigido un línea de productos, se dedican a realizar su posicionamiento dentro del mercado, es decir, donde pueden ser los puntos de venta donde sea más probable que el público objetivo adquiera el producto.

Posteriormente se realizan las acciones en los medios sociales de la empresa para darle la mayor visibilidad posible, y es ahí donde se aprovechan al máximo tanto las redes, como los eventos, es el ejemplo de uno de los últimos lanzamientos, el seslash black, dedicado a dar volumen a las pestañas, para el cual se realizó un evento muy importante en la empresa en dubai, donde acudieron muchas influencers y personas de importancia, lo que hizo que fuera un éxito. Y para finalizar, en Sesderma buscan atraer al público mediante protocolos, es decir, combinar productos de diferentes líneas para así obtener un resultado mucho más efectivo, y esto es algo que llama mucho la atención a la gente interesada en cuidar su piel.

4.2 Herramientas del marketing operativo

-El producto/ servicio.

Dentro de Sesderma, se intentan conectar al máximo con el cliente a través de los productos, es por ellos que existen tantas líneas dedicadas cada una de ellas para tratar una patología diferente. Es por ello por lo que la empresa hace tanto esfuerzo y dedicación en sus productos, para conseguir fidelizar al máximo a los clientes a la empresa además de intentar solucionar al máximo los problemas dérmicos que tengan los clientes que acuden a ellos.

Respecto a los productos de la otra línea de la empresa, mediderma, también se busca especializar sus productos por patologías o tratamiento, solo que en este caso los productos van dirigidos a médicos profesionales, es por ello por lo que además de productos efectivos, ofrecen a los profesionales que compren sus productos realizar

formaciones y ver en la empresa como se deben usar los productos de la línea, ya que estos productos tienen más riesgo de que si se usan mal pues los resultados sean malos o provocar problemas mayores

-El precio.

El precio el cual se le pone a los productos va en función muchas veces de los activos de los cuales se compongan, es por ello que muchas veces hay una gran diferencia entre el precio de diferentes líneas, pero por supuesto ese precio está justificado en la gran eficacia y tolerabilidad que tienen sus productos respecto a los de la competencia. En mi opinión existen muchos productos de la línea los cuales tienen un precio excesivo respecto a la cantidad que te ofrecen, pero sí que es verdad que si te pones a comparar con otras empresas también existen sinergias en los precios, es por ello por lo que desde la empresa se intenta transmitir en la efectividad de los productos gracias a sus formulaciones.

-La promoción ¿Cómo se da a conocer? ¿Cómo encontrar cuentas nuevas?... (Ferias nacionales, concursos, festivales nacionales o internacionales, etc..)

Como gran multinacional y líder en su sector, sesderma siempre intenta estar presente en cada uno de los eventos y congresos dedicados al sector de la medicina y de los cosméticos, en intentan aprovechar al máximo su estancia en cada uno de ellos, ya sea para conseguir nuevos contactos, dar promoción a los productos de la empresa, o como ya he dicho anteriormente, realizar lanzamientos de productos para conseguir llegar al máximo número de personas posible. Dentro de mi estancia en la empresa, he podido comprobar gracias al puesto en el que estaba de la cantidad de eventos que existen en el sector, y sesderma no pierde la oportunidad de ir a ninguno, es por ello por lo que desde el departamento en el que estoy se le intenta dar la máxima visibilidad en redes, es decir subir los máximos post aportando información sobre las fechas o los stands o subiendo fotografías y videos que se realizan de los propios congresos.

4.3 La relación con el cliente

Por último tenemos la relación que tiene la empresa con el cliente, la cual como ya he dicho, se intenta conseguir un contacto con el cliente muy estrecho y personal, tanto por parte de los trabajadores como por los productos, y es eso lo que hace que los clientes se fidelicen con la marca y es también lo que la empresa consigue gracias sobretodo a la personalización para cada uno de los clientes y la transparencia con la que realizan todo.

Dentro de Sesderma, se tiene un seguimiento con los clientes a los que ofrece productos, los cuales son de diferentes perfiles. En el caso de los clientes que compran para consumo propio, se pone a disposición siempre un teléfono por si se tiene alguna duda sobre un producto, o por si el cliente sufre alguna reacción no esperada, por lo que se debe contactar con ellos para intentar resolver dudas, y esto se puede realizar tanto por llamada como por correo.

Y posteriormente, encontramos los clientes que adquieren productos para su venta o para su uso, el cual es el caso de las farmacias y las clínicas estéticas. En este caso sí que se tiene un contacto más estrecho, ya que son los que más dudas tienen a la hora de activos o a la hora de recomendar un producto para cada patología, por lo que con estos clientes el contacto es prácticamente diario ya sea por llamada, redes sociales o por correo electrónica

5 Marketing y diseño digital

5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración.

Sesderma tiene una gran presencia online y además en muchos canales, en el caso de los sitios web, la empresa cuenta con cuatro webs fundamentales, las cuales son las de Sesderma, Mediderma, Sophieskin y la web del doctor serrano, director y fundador de la empresa, y desde cada una de ellas se encuentra lo que es la historia de cada una de las líneas y los productos que se pueden comprar de cada una de ellas. Aparte de las cuatro webs internas de la empresa, Sesderma también está presente en otras webs ajenas donde se pueden encontrar productos de la compañía, como son las webs de druni o amazon.

La empresa también tiene una gran presencia en las redes sociales, ya sea en instagram, twitter, facebook, linkedin o tiktok. Personalmente he estado tratando esta parte de la empresa, y puedo decir que la empresa tiene bastante visibilidad en las redes dentro de lo que es el sector, ya que hay pocas empresas que tengan más seguidores y más interacciones que Sesderma.

Por último tendríamos los motores de optimización de búsqueda, en los cuales también tiene presencia la empresa, y es mediante el SEO por el cual realizan estas acciones, todo ello acompañado también del google ads y facebook ads, y lo utilizan para dar la máxima visibilidad y para realizar el seguimiento de las estadísticas tanto del seo como de las redes sociales..

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

En mi opinión, creo que la empresa debería darle mucha más importancia a las redes sociales, ya que creo que es algo fundamental hoy en día y que desde mi punto de vista no le dan la importancia que merece, ya que hasta hace unos meses que la empresa no se puso en serio a subir un contenido seguido en el tiempo en instagram, y en mi opinión yo creo que tenía que ver con la falta de personal en el departamento, por ello creo que la empresa debería darle mucha más importancia y emplear el contenido que realizan a un público más joven muchas veces, ya que por ejemplo en tiktok, que es una red social donde la mayoría de las personas son adolescentes, creo que el contenido no es actualizado a lo que se pide ahora, y deberían utilizar los trends y las cosas que le llamen la atención a la gente para atraerlos, todo ello por supuesto adaptándolo al sector del que se trata.

Aparte de esto , también creo que tendrían que darle más importancia al google ads y facebook ads, ya que esto lo utilizan muchas veces para ver las estadísticas de la empresa en las redes, pero no lo utilizan para ver que pueden cambiar o que puede hacer que algunos posts no tengan la viabilidad suficiente.

Por ultimo, también intentaría abarcar muchos más puntos de venta para así que los productos de la empresa se puedan encontrar en varios puntos de venta, ya que

actualmente solo se pueden obtener en las webs corporativas, en la web de druni y en amazon, pero de esta línea los beneficios que retornan a la empresa son mínimos.

Con lo cual propondrá ampliar esta lista de webs, como podrían ser webs de líneas de supermercados y grandes empresas, como pueden ser Mercadona, Consum o El Corte Inglés, los cuales son grandes empresas que dedican una parte de su venta a ofrecer productos cosméticos de otras líneas, y que actualmente, sesderma no se encuentra entre ellas.

5.3 Realiza una nueva propuesta de logo y justifícalo.

Propuesta de logotipo:



Imagen 5/ Fuente: Google



Imagen 6/ Fuente: Personal

Para la propuesta de un nuevo logotipo diseñado personalmente para la empresa, podemos encontrar los siguientes elementos: Eslogan de la empresa, mariposa, producto que ofrece la compañía y posteriormente los colores.

Como vemos en la comparativa entre los dos diseños, se mantienen dos elementos fundamentales, los cuales son la mariposa y el eslogan. He decidido mantener estos dos elementos ya que ellos hacen mucho hincapié en que son dos de los elementos más representativos para la compañía, ya que simbolizan nuestra esencia y son nuestra carta de presentación.

Posteriormente encontramos la silueta del packaging de una crema para la piel, la cual he decidido incluir para representar la forma a través de la cual la empresa realiza esa escucha de la piel de los clientes, que es básicamente su eslogan.

El color más predominante en el diseño del logotipo, es el gris que conforma el fondo donde se encuentra el elemento diferencial, que es la mariposa, y realmente es esa la razón por la cual lo he elegido. Posteriormente encontramos el blanco que se observa en la silueta de la crema, y he decidido el color blanco ya que es un color que representa transparencia y pureza, haciendo referencia al origen de los componentes con los que la empresa realiza sus productos.

Y para finalizar, encontramos el color que resalta a la mariposa, el cual es un color claro parecido a un tipo de color tipo carne, para sintonizar mas aun el elemento con el eslogan.

5.4 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.

Lo primero que debemos realizar a la hora de iniciar el plan para captar nuevos seguidores en las redes, es saber cual es el target a cual va a ir dirigido el contenido, ya que la empresa actualmente cuenta con tres líneas las cuales tienen todas presencia en redes. Para la elección del público objetivo para la línea mas importante , que es la de sesderma, tendríamos que intentar buscar llamar la atención de un público de una edad entre los 25 y los 50 años de edad, que son a los que mas les puede interesar los productos de esta línea, ya que sobre esa edad empiezan a aparecer los primeros signos de la edad y que con los productos de la línea podrán solventar. A continuación, definiremos el target de la línea mediderma, la cual como su propio nombre indica, irá dirigida a profesionales médicos, los cuales son los únicos que pueden obtener los productos de esta línea. Y por último tendríamos la línea de sophieskin, la cual tendrá su contenido conformado por formatos dirigidos a captar la tensión de los más jóvenes, de entre una edad de 1 a 25 años.

Una vez definido el público objetivos de cada línea, vamos a establecer las redes en las cuales se va a subir contenido, en el caso de sesderma, va a ser la que más va a abarcar, ya que yo realizaria contenido para instagram, tik tok, linkedin y twitter.

Para mediderma, al ser una línea más profesional , elegiría las mismas redes, excepto la de tik tok, donde el contenido es mucho más juvenil y donde nuestro target no está tan presente, y por último Sophieskin, la cual sí que contaría con tik tok, pero no incluiría twitter.

Y por último tendríamos que elegir el tipo de contenido que se debe subir para cada línea y cada red social, en el caso de sesderma, yo realizaria el mismo tipo de contenido que para la línea sophie skin, la cual estaría compuesta con contenido como fotos de producto llamativas, información sobre eventos en los que vayan a estar presente, videos y composiciones de videos de como utilizar los productos, o conjuntos de fotos en un solo post explicando beneficios de los productos. Y en el caso de la red de tiktok, lo dedicaría a realizar posibles rutinas con los productos de las líneas, o utilizar trends que estén de moda para ser más viral y llegar al máximo número de personas posibles. Y para la línea profesional de mediderma, dedicaría el contenido a realizar conjuntos de fotos explicando los posibles beneficios de los activos de un producto, de cómo utilizar una de las máquinas que ofrece la línea, o hacer colaboraciones con médicos explicando líneas de productos y sus beneficios.

Por último, como campañas de publicidad que se podrían realizar para captar la atención de la gente, yo realizaría periódicamente, sorteos donde la gente , cumpliendo una serie de requisitos podrá obtener productos gratuitamente, y esto se ha podido ver que es lo que más apoyo suele tener en las redes y más relevancia genera. También intentaría colaborar con influencers locales que cuenten con un buen número de seguidores, pero de un nivel más bajo, ya que de esta forma es más fácil que se puedan conseguir estas colaboraciones de manera gratuita, o únicamente ofreciendo los productos, ya que al final lo que buscas es que realicen la acción porque realmente les gusta la marca y no que lo realizan por motivos económicos. Y posteriormente, ya intentaría contactar con influencers del sector mucho más grandes como puede ser ratonila o paula gonu, y las aprovecharía para realizar una colaboración donde prueben productos de la empresa y posteriormente realicen una opinión acerca de ellos y subirlo a sus redes sociales, además esta acción se podría realizar tanto individual como colectivamente, lo cual podría tener mucha más repercusión.

6 Definición del puesto de trabajo

6.1 Objetivos del puesto: ¿qué papel desempeñas y qué objetivos tienes en la organización?

El principal papel que desempeñó para la empresa, es la de apoyar generalmente a la realización de contenido para las de redes sociales de sesderma en instagram y tik tok utilizando las herramientas que me pone a disposición la empresa. Pero aparte de esa labor, que al final es a lo que se dedica mi puesto, también he dedicado tiempo a realizar acciones más relacionadas con la búsqueda de información y realizar análisis que se me pedían, como pueden ser el benchmarking de las redes sociales de la competencia para así ver que otro contenido podíamos hacer, o realizar búsquedas de asociaciones médicas que la empresa necesitaba para un futuro proyecto que va a lanzar la empresa.

El objetivo principal que yo creo que pusieron con mi incorporación, es la de acompañar al resto de departamento en su búsqueda por hacer crecer las redes sociales de la empresa, ya que en los meses que he estado allí la cantidad de contenido que hemos generado tanto con mi ayuda, como con la de mi compañera mireia es superior a la de antes de nuestra llegada.

6.2 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?.

Generalmente, las semanas se basaban en un trabajo constante enfocado a generar material de comunicación de diferentes formas. Diariamente he estado trabajando las aplicaciones de photoshop e illustrator para realizar el contenido que se me pedía, y aparte de eso yendo cogiendo práctica con el manejo de la cámara para hacer las fotos de producto, y estas tareas generalmente las realizo diariamente. Respecto al tiempo empleado para estas tareas, yo diría que a lo que mas he dedicado ha sido a la realización de fotografías en el estudio, ya que junto a mi compañero que me llevaba las prácticas realizamos todas las fotos de producto de todas las líneas de la empresa que posteriormente se suben a las redes, y puedo decir que es una tarea muy costosa y que hasta conseguir el resultado esperado se tarda tiempo.

Posteriormente diría que a lo que más tiempo he dedicado ha sido a la edición de fotografía que se hacían en el estudio, y a los carruseles en illustrator. Y finalmente realizaba otras tareas pero que son secundarias para mi puesto y las realizo bastante poco, estas tareas son: Realización de tik toks para sesderma y sophieskin, edición de videos con la herramienta premiere pro, realización del content plan de cada mes y el escrito de los copys para su posterior post a las redes, realización de la estadística mensual de las redes sociales o búsqueda de información para futuros proyectos.

6.3 Relaciones: ¿con qué otros departamentos te relacionas? ¿Es un contacto habitual, periódico u ocasional?

Como he indicado en otro de los puntos del proyecto, generalmente los tres departamentos con los que solemos contactar diariamente son los departamentos de marketing, diseño y médico. En el caso del del departamento de marketing, contactamos con ellos para organizar el content plan de cada mes según los producto que ellos quieren que se promociones en esa época, y diariamente estamos en contacto gracias también a la cercanía para resolver ciertas dudas de que tipo de contenido es al que queen que enfoquemos cada producto. Por otra parte, con el departamento de diseño , el contacto es menor, ya que generalmente se reclama su ayuda cuando se necesita una edición muy elaborada en photoshop para una fotografía para las redes, y esto generalmente no ha pasado aunque siempre muchas veces solo se recurre a ellos para pedir consejo.

Y por último tenemos el departamento médico, con el cual también tenemos un contacto casi diario, ya que siempre surgen dudas acerca de ciertos productos o activos, o muchas veces necesitamos su propia imagen para realizar videos para las redes.

6.4 Disponibilidad: ¿es necesaria disponibilidad para salidas o viajes fuera de la oficina?

Generalmente, para el día a día se necesita una cierta disponibilidad para poder ir a las instalaciones, ya que si no se dispone de vehículo propio y diario solo hay un solo método para poder ir y volver, y es bastante costoso si no cuentas con un coche. Pero generalmente para la realización del propio trabajo no ha sido necesario disponibilidad

excepto en una ocasión, que tuve que ir con mi responsable a las instalaciones ubicadas en Rafelbuñol, pero fue algo puntual que no ha vuelto a pasar.

6.5 Documentación: ¿qué documentos y/o programas se manejan habitualmente?, ¿qué documentos se generan?, ¿cómo organizas tu documento de trabajo?

Para mi puesto de trabajo, semanalmente se ha utilizado siempre los mismos programas y aplicaciones, estos son:

Archivos: En los propios archivos de los ordenadores de la empresa existe un programa que se llama dfs1, que es donde se subían todos los elementos de la empresa, y es donde se almacena cualquier información generada por cualquiera de los departamento y es lo más importante, ya que sin este elemento no podríamos trabajar igual.

-Photoshop: Se utiliza diariamente para edición de las fotografías que realizamos en el estudio , para poder arreglar imperfecciones y que esté en perfectas condiciones para su post en las redes.

-Illustrator: Se utilizaba para la realización de los carruseles que se suben a las redes sociales.

-Premiere pro: Es la herramienta que más tarde en emplear ya que antes de estar en la empresa no había tocado prácticamente nada de edicion de video, pero una vez le cogí el gusto, lo empece a utilizar mas y mas, y es la que utilizamos para la edición de video sparta redes o para videos corporativos de la empresa.

-Power point: Por último encontramos power pony, que es la herramienta que se utiliza para la realización de presentaciones, en mi caso, lo utilizo para la realización de los contents plans, para guardar las referencias de fotografías o para realizar análisis de las redes de otras empresas de la competencia.

6.6 Ambiente: ¿en qué condiciones ambientales se realiza el trabajo?

Las condiciones en las que se encuentra la zona en la que trabajamos es prácticamente perfecta, ya que contamos con un espacio muy amplio y en las que era

muy fácil estar cómodamente para realizar el trabajo, además, nos encontrábamos en la zona donde estaban ubicados otros departamentos con los que contactamos mucho, como son el departamento de marketing o el de diseño.

Pero las condiciones que pone a disposición la empresa no es sólo buena en la parte de trabajo, ya que en zonas de descanso también ponen a disposición muchas facilidades, como son zonas cerca de la naturaleza, máquinas de café, agua, comida, espacios privados donde tratar ciertos temas...

Por lo que el ambiente de las oficinas era muy bueno y es algo de lo que tengo cero queja y muchas cosas positivas que decir.

6.7 Riesgos: ¿existen riesgos 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.

Como he dicho en el punto anterior, en las instalaciones es muy difícil que te pueda pasar un accidente, y yo en el tiempo en el que he estado en la propia empresa, no he presenciado o me han contado ningún altercado por un accidente dentro de las instalaciones.

Solo hay una zona que sí que es más peligrosa estar, que es donde se realizan los componentes de los productos, ya que es una zona en la que se trabaja con productos tóxicos que pueden generar problemas si no se tiene cuidado, pero la seguridad aun así es enorme, ya que no te dejan acceder a esa parte si no cuentas con los trajes epi correspondientes, así que en conclusión diría que las instalaciones están muy bien adaptadas y previstas para que no ocurra ningún altercado o accidente.

6.8 Integración: ¿qué formación inicial se requiere para cubrir las exigencias del puesto?, ¿existe plan de acogida para nuevas incorporaciones?

Para el puesto de trabajo que desempeñé en la empresa, es fundamental saber manejar ciertas herramientas, aplicaciones, y tener ciertas nociones sobre algunos programas. Como ya he dicho a la hopra de nombrar las tareas que realizo diariamente, es fundamental saber utilizar herramientas relacionadas con el edificio a nivel general .

Estas herramientas son photoshop, illustrator y premiere pro, las cuales son las más importantes y que son las que más facilitan el trabajo que se pide en el puesto, y si entras al puesto sin saber utilizar nada es muy difícil que puedas aprender rápidamente, por lo que tendrían que realizar una formación allí para que en caso de que no sepas emplearla lo puedas hacer y les seas productivo.

Sí que podemos encontrar un plan de acogida y de introducción tanto a la empresa como al puesto de trabajo. En mi caso, se me dio bastante margen hasta poder realizar determinadas tareas en solitario, y es algo que veo muy positivo ya que lo fundamental en el puesto es saber cuales son tus funciones y cómo quieren que las realices para poder conseguir el mejor resultado en el menor tiempo posible. Posteriormente, una vez ya vieron que me adapte a las exigencias y a las tareas del puesto empecé a poder realizar ciertas tareas en solitario, como son la edición de videos, realización de fotos o la propia realización de la planificación del contenido que se iba a subir durante todo un mes a las redes.

7 Reflexión final

7.1 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.

Como punto final del proyecto, encontramos la reflexión final, donde dare mi opinion y hare un analisis de mi estancia en la empresa, tanto a nivel personal, junto con las personas que me rodeaban en las instalaciones, como a nivel profesional, dando mi punta de vista sobre el puesto que he estado ocupando y las tareas que he realizado.

- **Reflexión de la experiencia personal:** Desde mi punto de vista, y haciendo un análisis durante toda mi estancia allí, he de reconocer que me alegro mucho de haber elegido esta empresa para la realización de las prácticas ya que desde cualquiera de los aspectos tengo palabras positivas para la empresa.

Al principio la verdad es que estaba bastante mas incomodo, ya que era mi primer trabajo como tal, y estando en una empresa con tanto prestigio que necesita resultados inmediatos pensaba que la presión igual haría que estuviese menos suelto en el día a día, pero todo lo contrario, desde el primer momento todos y cada una de las personas que me acompañaron me apoyaron y ayudaron a integrarme en la empresa y en la rutina diaria de trabajo. Además las instalaciones también te hacían estar más agusto y el trabajo se realizaba de forma mucho más amena.

Pero como he dicho anteriormente, lo que más peso ha tenido en que esta experiencia haya resultado ser tan positiva ha sido el grupo humano de la empresa, no solo por parte de mi departamento, sino por parte de todos, además, he tenido la oportunidad de hacer grupo con otras personas que se encontraban en la empresa de prácticas al igual que yo.

- **Reflexión de la experiencia profesional:** En el caso de la experiencia profesional, coincide mi opinión junto con la anterior, los días antes de empezar en la empresa pensaba que se me iba a hacer muy pesado un trabajo diario durante tantas horas, pero para ser la primera vez que desempeño un trabajo como tal en una empresa, he de decir que para nada ha sido lo que pensaba, sino que todo lo contrario, ha sido una experiencia profesional inmejorable tanto por las tareas que he realizado , como por la compañía con la que lo realizaba.

Realice trabajos y puede hacer uso de las herramientas con las que deseaba seguir tratando tras la finalización del grado, que son photoshop e illustrator, pero fuera de eso, he realizado montones de tareas las cuales pensaba que nunca llegaría a comprender y a realizar bien, y que al final han sido las que más me han gustado, como es el caso de la realización fotografías en el estudio, ya que antes de entrar a sesderma, mis nociones en el tema eran nulas.

Como he dicho, al principio pensaba que se me haría super pesada y lenta mi estancia, y todo lo contrario, estamos llegando a la finalización de las horas, y parece que fue hace nada cuando empecé, por lo que también me hace pensar que igual es un trabajo el cual pueda querer desempeñar en un futuro, y si la oportunidad se me da precisamente en esta empresa, sería mucho mejor.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes internas de la empresa:

- Misión, visión y valores.
- Manual de identidad corporativa.
- Estructura de la empresa.
- Plan de marketing.

Google / Internet:

Convenio colectivo: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2021-12038