

TRABAJO FINAL DE CICLO FORMATIVO DE COMERCIO INTERNACIONAL



GRUPO SELEC 2004 S.L.

Alumno:

Enrique Llinares Vidal

Propietario de la empresa.

Fco. Javier Aparisi Almarcha

Mentor de trabajo.

José de la Iglesia

Resumen: Resumen del proyecto desde la introducción hasta la conclusión.

En este trabajo hablaré de manera detallada las funciones y labores que se llevan a cabo en la empresa donde he realizado mis prácticas (Selec 2004 SL) , así como su estructura organizativa, el sector en el que opera y las actividades principales a las que se dedica explicando el por qué de cada acción que se realiza en la empresa de manera objetiva.

A lo largo del trabajo, también compartiré mi experiencia y opinión personal durante el periodo de prácticas, incluyendo tanto los aprendizajes adquiridos como las observaciones y anotaciones que he podido hacer desde dentro de la empresa.

Para ello, analizaré distintos departamentos, describiré las tareas que he llevado a cabo y explicaré cual es la función de cada departamento y trabajador. También incluiré una valoración interna acerca del ambiente laboral, el estilo de gestión y las actividades laborales que he observado. Este trabajo pretende reflejar tanto la experiencia que he tenido desde mi punto de vista como de manera objetiva y directa qué es lo que se hace en la empresa y como se hace.

Al final del trabajo compartiré una reflexión que he elaborado para analizar mi periodo de prácticas de una manera más personal en base a las sensaciones que he tenido y las observaciones y apuntes que he tomado en la empresa desde dentro.

Palabras clave:

1. Grupo Selec
2. Análisis de la empresa.
3. Público objetivo.
4. Planificación.
5. Trabajo.
6. Comodidad.
7. Tareas a realizar.
8. Departamentos.
9. Dedicación.
10. Ambición.

ÍNDICE DEL PROYECTO

- [1. Introducción.](#)
 - [1.1.Los motivos de elección.](#)
- [2.- Antecedentes y contextualización de la empresa.](#)
 - [2.1.Actividad de la empresa y su ubicación en el sector.](#)
 - [2.2.Estructura y organización empresarial del sector.](#)
 - [2.3.Misión, Visión y Valores](#)
 - [2.4.La Cultura de la empresa: Imagen corporativa.](#)
- [3.- Análisis del entorno General y Específico](#)
 - [3.1- Análisis DAFO.](#)
 - [3.2.Análisis Pestel](#)
 - [3.3. Las 5 fuerzas de Porter](#)
- [4.Plan de Recursos Humanos](#)
 - [4.1.Organigrama de la empresa.](#)
 - [4.2.Procedimientos de trabajo.](#)
- [5. Plan de márketing](#)
 - [5.1. Público objetivo.](#)
 - [5.2. Relación con el cliente.](#)
 - [5.3. Distribución en el Mercado.](#)
- [6.Definición del Puesto de Trabajo.](#)
 - [6.1.Objetivos del Puesto](#)
 - [6.2.Descripción de Tareas](#)
 - [6.3.Relaciones](#)
 - [6.4.Ambiente](#)
 - [6.5.Riesgos](#)
 - [6.7.Dedicación](#)
- [7.Reflexión Final](#)
- [8.Bibliografía](#)
- [9.Índice de Ilustraciones](#)

1.Introducción.

Este proyecto de final de ciclo se basa en el periodo de prácticas en la empresa Selec 2004 S.L. y por ende a la experiencia adquirida en un puesto de trabajo real, teniendo en cuenta las labores desempeñadas, la información recogida de los compañeros de trabajo y los análisis propiamente creados y todo lo que he podido aplicar de lo aprendido en el ciclo formativo superior de comercio internacional.

En este trabajo voy a hablar del plan de márketing que emplea la empresa, cómo está organizada la empresa, las funciones de cada departamento/ trabajador y sobretodo mi experiencia y funciones en el puesto de trabajo que me ha sido asignado

1.1.Los motivos de elección.

Los motivos de elección del Grupo empresarial Selec 2004 SL ubicada en C/ de l'Estatut nº14, Miramar (46711), para realizar el periodo de prácticas han sido la cercanía puesto que no supone un esfuerzo mayor de desplazamiento, el trato que podía tener con los responsables y tutores puesto que al ser una PYME no habrían tantas delegaciones teniendo así una relación más directa y la más importante, que realmente mi periodo de prácticas fuese efectivo cumpliendo como un trabajador más de la empresa y no como intermediario entre el jefe y la fotocopiadora.

2.- Antecedentes y contextualización de la empresa.

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

El grupo Selec se dedica a comercializar como producto principal sal para diferentes usos tales como para la industria alimenticia, uso desinfectante y conservante y como producto para aplicaciones químicas.

La empresa opera en toda la Comunidad Valenciana con puntuales salidas a diferentes clientes fuera de esta área ocupando una posición dentro del mercado de distribuidor puesto que también entrega el producto a la ubicación solicitada por el cliente.

2.2.Estructura y organización empresarial del sector.

Las diferentes actividades que el Grupo Selec 2004 SL realiza son diversas, pero antes es fundamental entender que el grupo actúa como una sola empresa con diferentes ramas la cual abarca un tipo de producto diferente.

SELEC:

Selec, cuya empresa da nombre al grupo, fue la primera y la única en crearse desde cero por los Hermanos Aparisi, esta juega un papel de compra de mercancías para su distribución a las demás empresas del grupo, asumiendo así la deuda con los proveedores de mercancía.

A pesar de ser el proveedor de las demás empresas, también vende a clientes externos a la empresa. El producto que Selec ofrece es sal para uso industrial, así como para conservación de agua como sustituto del cloro (Piscinas), como desinfectante y purificador de diferentes máquinas (desinfectante de automóviles) o bien siendo un elemento más dentro de la elaboración de otros productos (jabones).

SALEROSO:

En el caso de Saleroso al ser una empresa que se dedicaba a la distribución de salmuera actuando como un distribuidor comercial, se hizo una reestructuración de esta al ser adquirida por el grupo, puesto que se mantenía como distribuidora de salmuera, pero ahora sin almacenar el producto y siendo más bien un agente comercial.

Puesto que ahora la responsabilidad y riesgos son menores pero los beneficios también, los Hermanos Aparisi decidieron buscar una nueva actividad para maximizar las ganancias siendo así la nueva actividad la distribución de agua embotellada de diferentes marcas aprovechando el espacio que ahora tenían disponible con la retirada de los depósitos de salmuera para almacenar los palets de este nuevo producto.

SALES ANGELA:

La última adquisición del grupo. Al adquirir la cartera de clientes de esta empresa se adentraron en un tipo de sal diferente pudiendo abarcar más clientes sin tener que ampliar la zona de reparto y entrega de mercancías puesto que podían abarcar dentro del mismo territorio desbloqueando un nuevo mercado.

Sales Angela se dedica a la distribución de sal alimenticia tanto para empresas que la requieren como ingrediente para sus productos sea fábricas de alimentos o bares y restaurantes, para distribución en formatos aptos para la venta como alimento en paquetes de 1kg a diferentes tiendas para su posterior reventa.

2.3.Misión, Visión y Valores

✧ Misión

La empresa tiene como misión ofrecer un producto de calidad para de esta manera mantener una buena imagen de marca, revisando cada artículo, lote y palet que pasa por sus manos. Las empresas que adquieren productos comercializados bajo el sello de Grupo Selec quedan satisfechas y tienen la confianza de que el producto ha sido bien almacenado y ha tenido un trato óptimo asegurándose que este puede emplearse sin una revisión necesaria puesto que ha sido analizado previamente.

La misión que la marca tiene es tener un sello de calidad y confianza.

✧ Visión

El Grupo Selec se ve manteniendo un estatus óptimo para los clientes que favorezca a la venta, también se ve expandiéndose con la adquisición de nuevas empresas que le permitan ampliar sus productos desbloqueando nuevos mercados y ampliando la zona abarcada para la distribución, con una inversión logística y de personal que aumenten aún más los beneficios.

La empresa se ve expandiéndose y manteniendo su impecable imagen.

✧ **Valores**

Los valores que la empresa quiere transmitir son los de un buen ambiente de trabajo, un entorno óptimo, un sello de calidad que asegure a los clientes una calidad y una seguridad inmejorable.

La empresa es ambiciosa, no se queda en una zona de confort, intenta siempre mejorar en el aspecto que sea, siendo así inconformista pero siempre teniendo en cuenta que ha de mantener una imagen de marca limpia.

Crecimiento, respeto e imagen limpia.

2.4.La Cultura de la empresa: Imagen corporativa.

La imagen corporativa es la imagen a primera vista que presenta a través del logo, actitudes propias de la empresa y opiniones de otros clientes y proveedores.

La empresa tiene un trato óptimo y respetuoso con los empleados fomentando un entorno de trabajo saludable y siendo comprensivos con los trabajadores cuando estos tienen un problema tanto dentro como fuera del horario laboral.

La marca se caracteriza por tener un trato inmejorable tanto con los trabajadores como con los clientes y proveedores, entregando la mercancía en las fechas establecidas en buenas condiciones y pagando en tiempo a los suministradores de la mercancía.

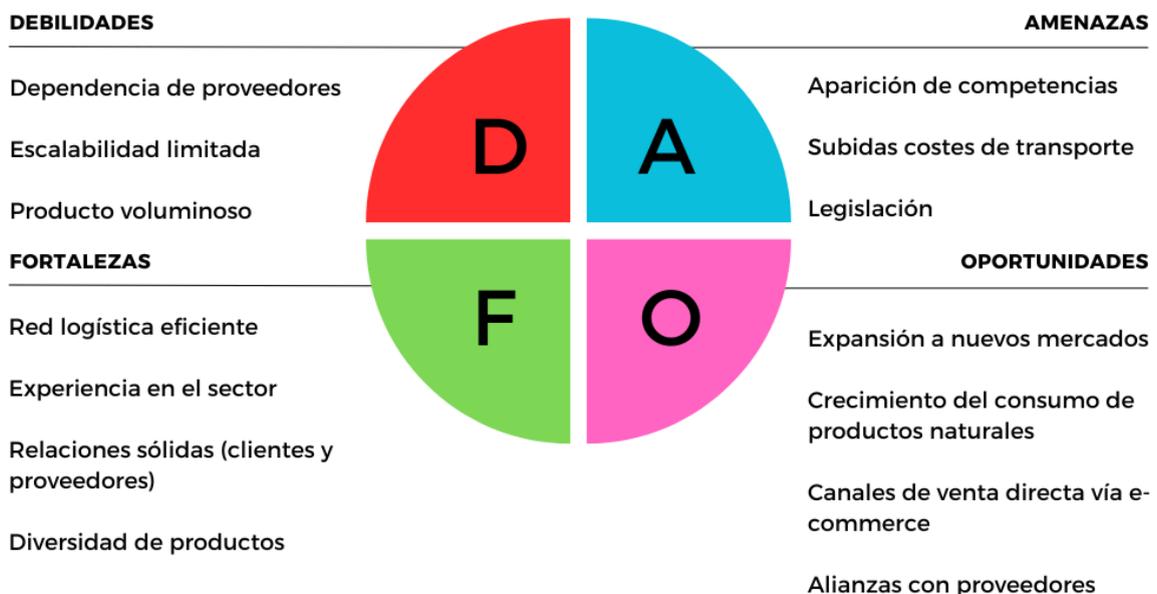
3.- Análisis del entorno General y Específico

3.1- Análisis DAFO.

En análisis Dafo consiste en estudiar la parte interna (debilidades y fortalezas) de la empresa y la parte externa (amenazas y oportunidades).

A continuación un esquema visual de la matriz DAFO:

MATRIZ DAFO

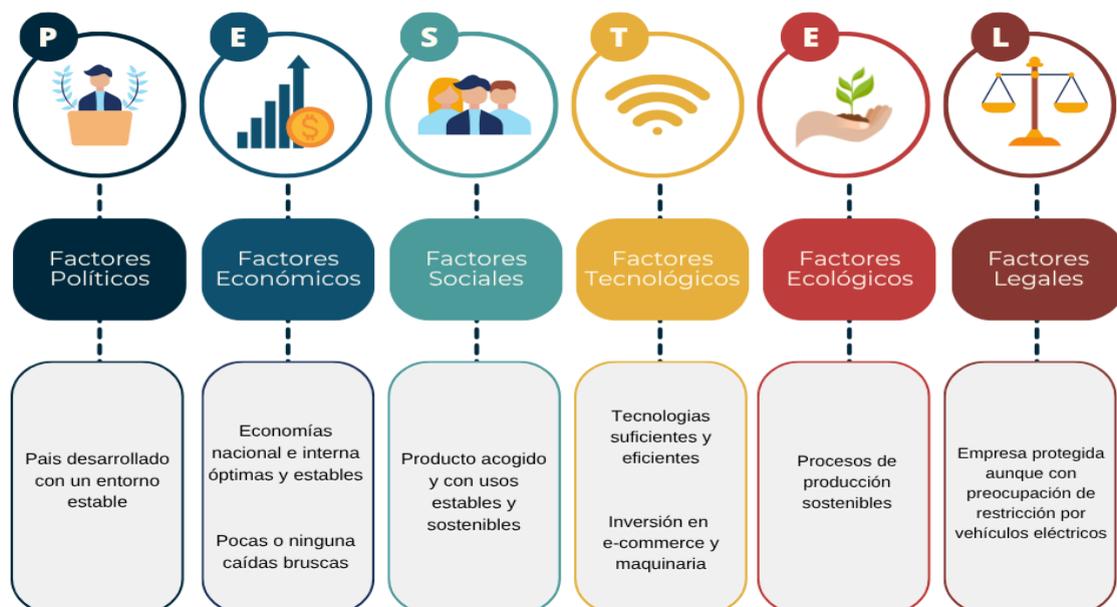


3.2. Análisis Pestel

El análisis Pestel analiza el macroentorno que examina los seis factores principales que pueden afectar a la empresa.

- ❖ **Político:** La empresa se encuentra en un país desarrollado con un entorno estable.
- ❖ **Económico:** La economía nacional como la interna de la empresa son óptimas y estables sin caídas bruscas ni crisis preocupantes.
- ❖ **Social:** El producto es acogido y con unos usos estables aparte de ser sostenible.
- ❖ **Tecnológico:** La empresa dispone de tecnología suficiente para poder seguir evolucionando, pero podría acelerar el proceso y optimizarlo con inversión tanto en e-commerce como en una mayor cuantía de maquinaria.
- ❖ **Ecológico:** La empresa distribuye un producto muy sostenible con el medio ambiente, pero podría ser más sostenible a la hora de elegir los envases en los que protege los palets del producto.
- ❖ **Legal:** A nivel legal la empresa está protegida puesto que no emite residuos, la única preocupación posible es la de restringir zonas para el reparto al no poder acceder si estas se convierten en áreas de bajas emisiones ya que los camiones que transportan el producto no pueden ser reemplazados por vehículos eléctricos.

ANÁLISIS PESTEL



3.3. Las 5 fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas de Porter analizan los clientes, proveedores, productos sustitutos, nuevos competidores y los ya presentes. Gracias al análisis de estas fuerzas podemos darnos cuenta de la posición en la que se encuentra la empresa.

- ❑ **Amenaza de nuevos competidores:** Pueden aparecer nuevos competidores que dificulten la actividad comercial al ofrecer mejores precios a los clientes.
- ❑ **Poder de negociación con los proveedores:** El poder de negociación es limitado puesto que los proveedores tienen más relevancia en el mercado.
- ❑ **Poder de negociación con los clientes:** El poder de negociación con los clientes es reducido ya que si el trato no es preferente buscarán otro distribuidor.
- ❑ **Amenaza de productos sustitutos:** No hay amenaza de productos sustitutos, pero sí de que se adquiera el mismo producto de otras marcas.
- ❑ **Rivalidad con competidores:** Los competidores están presentes, de momento no son una amenaza real pero siempre cabe la posibilidad de que si nos relajamos y empeoramos el servicio los compradores prefieran a la competencia.

5 FUERZAS DE PORTER



4. Plan de Recursos Humanos

4.1. Organigrama de la empresa.

1.- Director general

La máxima autoridad de la empresa es el dueño Javier Aparisi, toda decisión de la empresa ha de pasar por él para su aprobación y se encarga de gestionar todo acerca de la empresa para poder maximizar las ganancias y optimizar el funcionamiento de este.

2.- Administración y dirección

El consejo de administración se conforma por Jorge Aparisi e Isabel Perez (en el que me encuentro yo), los cuales aconsejan a Javier a la hora de tomar decisiones, se encargan de presentar todos los documentos necesarios a la administración pública. Para ello también tratan con una gestoría externa a la empresa para asegurarse de que todo en la empresa cumpla la normativa.

3.- El departamento de finanzas.

Las finanzas las lleva Javier que toma las decisiones a la hora de negociar precios, en que fechas se han de pagar las mercancías y sobre todo llevar las relaciones con los clientes y proveedores.

Javier también gestiona la tesorería de la empresa y decide en qué invertir los recursos de la empresa.

El departamento contable lo conforma Jorge que ha de contabilizar todas las compras y ventas de la empresa, enviar las facturas a los compradores, presentar todas las declaraciones y justificar todas las operaciones económicas de la empresa.

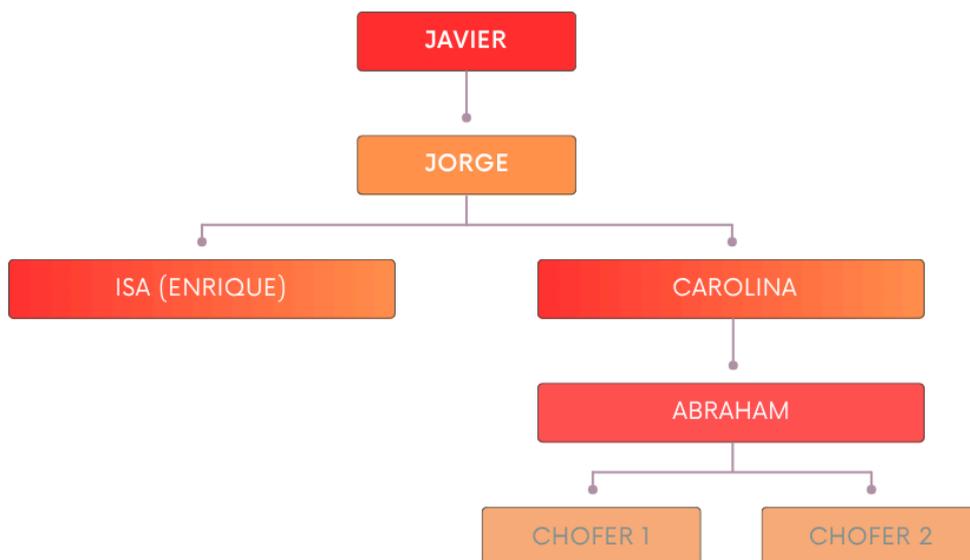
4.- El departamento de operaciones logísticas.

Carolina Hernandez maneja todas las operaciones logísticas y dirige las rutas que han de seguir todos los conductores, se encarga de gestionar todas las entregas y que estas se hagan en el plazo solicitado por el cliente.

Abraham Sanchis se encarga de preparar los camiones para su entrega, gestiona todo el stock de los productos almacenados y revisa que todos los lotes coincidan con los indicados en los albaranes para tener un seguimiento adecuado de la mercancía.

John Henry junto con Victor Climent son los transportistas y por ende los que hacen la entrega de la mercancía al cliente y de los que depende que el producto llegue en buen estado y en perfectas condiciones, pero sobre todo son los que han de tener más en cuenta la fecha de entrega al cliente y tener un buen trato con la empresa una vez allí.

ORGANIGRAMA



4.2.Procedimientos de trabajo.

El procedimiento tiene como objetivo ayudar a que todos los trabajadores realicen sus tareas de forma organizada, segura y con buenos resultados. Sirve como una estructura básica para asegurar que todos trabajan de forma similar y optimizar los métodos empleados.

Antes de empezar cualquier trabajo, es importante asegurarse de tener todo lo necesario y tener un plan o una guía establecida. También se debe revisar que el lugar donde se va a trabajar esté en buenas condiciones, limpio y sin cosas que puedan causar accidentes o dificultar el trabajo y sobre todo para cumplir con la normativa y evitar posibles sanciones o accidentes.

Si durante el trabajo aparece algún problema, una duda o algo que no estaba previsto, lo mejor es parar y avisar al responsable o encargado para que pueda dar una solución antes de seguir en caso de no tener indicaciones ante imprevistos.

Es importante revisar el procedimiento cada cierto tiempo tanto para poder mejorarlo tanto con programas informáticos nuevos, nueva maquinaria automatizada o simplemente con una nueva organización como para solucionar posibles fallos y errores que retrasan o dificultan en alguna medida el proceso de trabajo

Es importante tener en cuenta a la hora de organizar un plan de acción los recursos disponibles de la empresa, las medidas legales que se han de emplear para no sufrir multas y sobre todo para adaptarse a los clientes y los demandantes del producto.

5. Plan de márketing

5.1. Público objetivo.

La empresa Selec 2004 SL junto a las sub empresas tienen como consumidor tipo a establecimientos y/o empresas que requieran agua potable embotellada o sal para uso industrial al por mayor puesto que la empresa se enfoca a vender cantidades no consumibles para el público general por en volumen de venta tan alto.

1. Industria alimentaria

Selec en el sector alimenticio vende a diferentes empresas y marcas reconocidas que requieren de gran volumen de venta tanto por cantidad como por frecuencia de compra.

También se vende a diferentes restaurantes o cadenas de comida que aunque no requieran tanta cantidad de sal, si que prefieren abastecerse con un precio al por mayor puesto que saben que la pueden consumir en un periodo de tiempo relativamente corto (1-2 meses).

2. Industria química e industrial

Otro tipo de cliente objetivo serían empresas que necesitan sal con un fin químico que necesiten el producto para las aplicaciones químicas que requieran y necesiten la sal como un elemento más de la fórmula.

3. Distribuidores y comercio

Se vende a diferentes restaurantes o cadenas de comida que aunque no requieran tanta cantidad de sal, si que prefieren abastecerse con un precio al por mayor puesto que saben que la pueden consumir en un periodo de tiempo relativamente corto (1-2 meses).

Enfocado más al agua embotellada se distribuye a diferentes comercios minoristas para su posterior reventa al consumidor final a modo de reventa al por menor

También se vende a hoteles y parques acuáticos sal de aplicación química para el cuidado del agua.

5.2. Relación con el cliente.

La relación entre un proveedor y un cliente es esencial para el desarrollo exitoso de cualquier actividad comercial. Esta relación se basa en principios fundamentales como la confianza, la comunicación efectiva, el cumplimiento de acuerdos y la satisfacción mutua.

Un proveedor confiable no solo garantiza la entrega oportuna de productos o servicios con la calidad adecuada, sino que también contribuye al crecimiento y

sostenibilidad del negocio del cliente siendo puntual con las entregas y cuidadoso con la calidad de los productos entregados. Por su parte, el cliente debe mantener una comunicación clara y oportuna y respetar los términos contractuales.

Una buena relación proveedor-cliente fomenta alianzas a largo plazo, mejora la eficiencia operativa y permite adaptarse más fácilmente a los cambios del mercado y con una mayor eficacia. Además, cuando existe una relación sólida, ambas partes pueden trabajar juntas en la optimización de procesos y sobre todo crea un ambiente de tranquilidad por ambas partes en ese ámbito puesto que se genera una confianza que favorece para el desarrollo de las actividades comerciales.

En resumen, mantener una relación positiva y profesional entre proveedor y cliente no solo fortalece los lazos comerciales, sino que también es clave para alcanzar objetivos estratégicos comunes y asegurar la competitividad en el mercado.

Por ello Selec procura mantener una relación óptima con todos los clientes y distribuidores ofreciendo un trato adecuado, informando ante cualquier situación extraordinaria y creando una imagen de marca comprometida y responsable que cumple siempre con las condiciones acordadas por ambas partes. Ello no implica que la empresa no ponga límites y se asegure de que se cumplan por la otra parte los términos acordados no dejándose aprovechar por la otra parte.

5.3. Distribución en el Mercado.

La distribución en el mercado representa el conjunto de estrategias y canales utilizados para hacer llegar el producto desde el proveedor hasta el cliente final de forma óptima. En este contexto, el objetivo principal es asegurar la disponibilidad del producto en los puntos de venta o consumo, garantizando la satisfacción del cliente.

Una estrategia de distribución bien diseñada permite aumentar la relevancia en el mercado, mejorar la experiencia del cliente y generar una ventaja competitiva sostenible.

6. Definición del Puesto de Trabajo.

6.1. Objetivos del Puesto

La función principal de mi puesto de trabajo es la de primeramente, obtener experiencia real desde la práctica aplicando los conocimientos que he adquirido en las clases de la universidad.

Por contraparte el otro objetivo ha sido aumentar el rendimiento de la empresa, ayudando a mi mentor con las tareas que con el transcurso de las prácticas me ha podido dejar más trabajo en mi responsabilidad y a su vez ha tenido que revisar menos mi trabajo puesto que ha podido confiar en que estuviesen correctamente realizadas.

6.2. Descripción de Tareas

Como he comentado anteriormente, mis tareas han ido aumentando según transcurría el periodo de aprendizaje. He empleado muchas cosas que he visto en las clases de manera teórica y muchas otras que he tenido que aprender de cero en base a la práctica y a las enseñanzas de mi mentor.

Las tareas que he debido de realizar han sido bastante variadas puesto que han ido desde algo tan visto en clase como rellenar un cheque con los datos de un proveedor o pagar unas facturas mediante la web del banco empleado por la empresa, pasando por contabilizar facturas de proveedores, vigilar compras que se han de hacer en el almacén para tener el stock en unas condiciones óptimas, preparar pedidos y albaranes para los clientes, revisar que los lotes cargados sean los indicados en el albarán, envío de facturas, archivación de documentos tanto de manera física como digital y asumiendo responsabilidades más importantes como contabilizar los bancos, pasar las nóminas de los trabajadores o encargarme de las entrevistas para la contratación de nuevo personal.

También he tenido que asumir las responsabilidades de en situaciones donde no había ningún superior al cargo he tenido que asumir las responsabilidades que estos tienen y he tenido que gestionar la situación según lo que he visto conveniente, así como lo es preparar las rutas para los choferes, tratar con los transportistas que traían la mercancía y atender a algún cliente que de manera presencial acudía a la empresa.

6.3.Relaciones

Las relaciones han sido todo lo favorables que se ha podido desde el minuto uno, me he sentido acogido tanto por mis superiores como por mis compañeros, siendo todos muy amables y enseñándome en aquellas prácticas que no era conocedor sin tener ningún tipo de maltrato o situación incómoda en ningún momento.

En general en ningún momento he sentido una falta de respeto por parte de ninguna persona ni de la empresa ni de fuera.

También he tenido que tratar con diversas empresas tanto para adquirir productos como para venderlos y anotar o bien la solicitud de compra de materiales y mercancía para el almacén como para en el caso contrario en el que efectuaba una venta, aplicaba la factura que habíamos solicitando los datos necesarios como para la factura como para la entrega de la mercancía.

6.4.Ambiente

El ambiente de dentro de la empresa era muy acogedor, con un trato estupendo y haciendo muy buen lazo con mis compañeros y superiores, creando así un ambiente óptimo para el desarrollo de las actividades de la empresa.

En todo momento podía sentir un respaldo por parte de cualquier miembro del equipo, sin presiones ni sin reproches por parte de nadie en caso de que alguna acción o labor no la ejecutarse de manera correcta, de manera solicitada o de manera habitual por parte de la empresa, simplemente ante cualquier tipo de corrección la anotaba para no repetirla y poder optimizar cualquier proceso, por ende cuando ya tenía más recorrido en las prácticas aplicaba todas las labores que se me habían encargado de manera correcta y para las que eran nuevas y no tenía ningún tipo de indicación específica aplicaba según a mi razonamiento y observación como sería la manera correcta de aplicar la tarea y cómo se ejecutaría de manera habitual en la empresa.

6.5.Riesgos

De manera directa no he tenido que asumir ningún riesgo puesto que mis labores eran en una oficina y generalmente muchas de ellas eran empleando un ordenador pero aún así sí que tenía labores que de no efectuarlas de manera correcta podría suponer un gran problema para la empresa puesto que al efectuar los pagos, anotar las direcciones de entregas de la mercancía, enviar facturas o simplemente anotar los lotes en los albaranes de compra o de venta sí que podía poner en riesgo en menor o mayor medida las actividades laborales de la empresa.

Bien, ¿Cómo podía resolver y anticiparse a esas situaciones de riesgo?, muy fácil, ante cualquier error que podía tener una reversión algo más compleja, siempre revisaba cualquier transferencia hecha y no anotaba el IBAN directamente de la factura sino que o bien la sacaba de la base de datos o bien llamaba a la empresa para solicitarlo y posteriormente lo anotaba en el sistema informático, en otras situaciones como la anotación de lotes en albaranes, revisaba que los lotes coincidieran o los corregía antes de enviar la mercancía, asegurando que cualquier mercancía enviada estuviese bien loteada para poder tener contabilizado y registrado hacia dónde se dirige cada lote para poder en caso de cualquier reclamación tener controlado cualquier movimiento del material.

6.7.Dedicación

La dedicación que he empleado en el trabajo ha sido la máxima posible, al igual que en las clases de la universidad, siempre llegaba de manera puntual, bien vestido para dar una imagen cuidada y aplicando siempre el mayor interés en cualquier actividad para poder hacerla bien a la primera, siempre estaba atento a los procedimientos nuevos y anotaba en caso de ser necesario en mi libreta los pasos a seguir para que a la hora de hacerlos de manera independiente no sea necesario revisarlos porque lo había hecho bien, y así ha sido, conforme ha pasado el tiempo se me han encargado más tareas y se me ha exigido tal y como otro trabajador, no se me daba más descanso por ser “el de prácticas” se me trataba como un igual.

Finalmente al finalizar el periodo de prácticas he sido contratado, fruto del esfuerzo que he empleado y la dedicación que he tenido durante todo el periodo de prácticas.

7. Reflexión Final

Realizar mis prácticas en Selec 2004 S.L. ha sido una experiencia muy positiva puesto que he podido aprender muchas cosas y tener una experiencia laboral más seria y enfocada ya a lo que en el futuro tendré o espero tener como trabajo continuo. A lo largo del periodo de prácticas, he tenido la oportunidad de aplicar en un entorno real los conocimientos adquiridos en la universidad, enfrentándome a situaciones reales del mundo laboral y asumiendo responsabilidades que me han permitido desarrollarme tanto a nivel laboral como personal.

Gracias a la confianza depositada en mí por parte de mis superiores y compañeros, he podido ampliar progresivamente mis funciones, participar en tareas clave para el funcionamiento de la empresa cada vez de manera más independiente sin supervisión, como si fuese uno más, y aprender de forma directa cómo se gestiona una empresa desde dentro. Este proceso no solo me ha aportado habilidades laborales, sino que también me ha enseñado la importancia del compromiso, el trabajo en equipo, la capacidad de adaptación pero sobre todo la confianza depositada en mí a la hora de trabajar.

Además, el excelente ambiente de trabajo, el trato y el apoyo constante por parte del equipo y superiores han hecho que me sienta valorado desde el día uno. Esta experiencia no solo ha reforzado mi interés profesional, sino que también ha sido determinante para mi futuro .

Todo lo vivido durante este periodo ha fortalecido mis habilidades y mi compromiso con un trabajo basado en la mejora continua, el aprendizaje día a día. Sin duda, esta etapa ha sido muy importante para mí tanto en mi crecimiento como proporcionando seguridad y compromiso en el mundo laboral.

Finalmente, querría dar las gracias a todo el equipo que me ha apoyado desde el primer momento y me ha enseñado todos los valores del trabajo, a cómo se gestiona una empresa y a qué hacer en situaciones que se requiere de rapidez y habilidad para gestionar decisiones de manera eficaz en las que cada segundo cuenta. En ningún momento me he sentido incómodo, ni menospreciado, siempre he sido tratado con respeto y como un igual, por parte de mis compañeros y superiores, esto ha sido muy importante para crear un buen ambiente y refuerza el interés que tengo por realizar cada tarea como es debido y correctamente.

Finalmente a partir de ahora formaré parte del equipo de forma completa tanto por el trato recibido como por el interés que he tenido por realizar las tareas y labores de manera correcta, el Grupo Selec 2004 SL no solo apostó por Enrique Llinares para poder aprender en su empresa sino que ha vuelto a elegirme para formar parte del equipo de forma continua, y solo puedo decir GRACIAS SELEC.

8. Bibliografía

Pérez, V. (2023, 22 agosto). Microentorno y macroentorno, dos aspectos claves en un plan de Marketing . MEDAC

<https://medac.es/blogs/comercio-y-marketing/microentorno-macroentorno>

Sistema político - Organización del Estado español - Administración Pública y Estado - Punto de Acceso General. (s. f.).

https://administracion.gob.es/pag_Home/espanaAdmon/comoSeOrganizaEstado/SistemaPolitico.html

Alonso, M. (2022, 18 noviembre). Qué son las 5 fuerzas de Porter y cómo analizarlas [2022] • Asana

<https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>

Análisis del público objetivo: qué es y ejemplos | Qualtrics. (2022, 10 mayo). Qualtrics.

<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/analisis-del-publico-objetivo/>

Además también he consultado gran parte de la información en los apuntes tanto elaborados en clase como los apuntes que he hecho para estudiar en base a los documentos y presentaciones que nos ha facilitado el personal docente.

9. Índice de Ilustraciones

1. Análisis DAFO
2. Análisis PESTEL
3. Las 5 fuerzas de Porter
4. Organigrama de la empresa

