

PROYECTO FINAL

MARKETING Y PUBLICIDAD

ALBA COVES ROLDÁN

Coco Global Media

CEO: Natalia Tripipatkul
Tutora TFC: Nuria García Pascual

JUNIO 2024

RESUMEN

El siguiente trabajo aborda los pilares fundamentales que sustentan una agencia de marketing. De la misma manera, se explicará su estructura, principios fundamentales, metas, valores y estrategias que implementa esta agencia. Y se analizará la competencia en este sector.

Por otro lado, se analizará con profundidad la manera de organización de la empresa, qué funciones se desempeñan, los objetivos que se han establecido y los diferentes departamentos dentro de ella.

Por último, se concluirá el trabajo con una explicación sobre la experiencia de formar parte de una agencia y se realizará una evaluación para identificar áreas de mejora y fortalecer los puntos fuertes de la agencia.

PALABRAS CLAVE

Agencia, marketing, departamento, clientes, redes sociales.

ÍNDICE:

1. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	6
1.1 Actividad de la empresa y ubicación en el sector	6
1.2 Estructura y organización empresarial del sector y análisis de la competencia ...	6
1.3 Misión, visión y valores.....	7
1.4 La cultura empresarial.....	8
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO.	11
2.1 Análisis PESTEL	11
2.2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter	18
2.3 Análisis DAFO - CAME.....	21
3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	25
3.1 Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.....	25
3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo	26
3.3 Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.....	27
4. PLAN DE MARKETING.....	28
4.1 Segmentación y público objetivo	28
4.2 Estrategia de marketing.....	29
4.3 Herramientas de marketing operativo.....	30
4.3.1 El servicio	30
4.3.2 El precio	33
4.3.3 La promoción	34
4.4 La relación con el cliente	34
4.5 La distribución en el mercado local e internacional.....	35
5. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL	35
5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración	35
5.2 Plan de mejora online.....	36
5.3 Propuesta de logo	37
5.4 Plan para ganar presencia en las redes sociales y captar seguidores.....	38
6. PUESTO DE TRABAJO	42
6.1 Objetivos del puesto.....	42
6.2 Descripción de tareas.....	44
6.3 Relaciones	45
6.4 Disponibilidad.....	45

6.5 Documentación	46
6.6 Ambiente	48
6.7 Riesgos	48
6.8 Dedicación	49
6.9 Integración	50
7. REFLEXIÓN FINAL.....	51
8. BIBLIOGRAFÍA.....	52

TABLA DE CONTENIDOS:

● Ilustración 1: Empresas competidoras y servicios que ofrecen:	7
● Ilustración 2: Logotipos y símbolos de la empresa:	8
● Ilustración 3: Tipografías de la empresa:	9
● Ilustración 4: Colores corporativos de la empresa:.....	10
● Ilustración 5: Página web de la empresa:.....	10
● Ilustración 6: Evolución del gasto mundial en publicidad desde 2000 hasta 2024	13
◆ Ilustración 7: Usuarios de redes sociales en España según sexo y edad.....	14
● Ilustración 8: Porcentaje de empresas que usan IA, por tipo de tecnología:	15
● Ilustración 9: La utilización de la Inteligencia Artificial en Marketing y Ventas.	16
● Ilustración 10: Organigrama de la empresa:	25
● Ilustración 11: Ejemplos de redes sociales gestionadas por Coco Global Media:	30
● Ilustración 12: Ejemplo de página web diseñada por Coco Global Media:	31
Ilustración 13: Ejemplo de creación de marca e identidad corporativa:.....	32
● Ilustración 14: Logotipo actual de la empresa:	37
● Ilustración 15: La propuesta de logotipo para Coco Global Media:	38
● Ilustración 17: El calendario para subir publicaciones a Instagram o Facebook:	40
● Ilustración 18: Redes sociales con mayor porcentaje de usuarios en España en 2023:	40
● Ilustración 19: Ejemplos de sorteo	41
● Ilustración 20: Ejemplos de desarrollo de estrategias y calendario para ganar presencia en las redes sociales:	43
● Ilustración 22: Ejemplo de plantilla de Photoshop para el diseño de noticias:	46
● Ilustración 23: Ejemplo de diseño de feed realizado en Canva	47
● Ilustración 24: Ejemplo de vídeo realizado en CapCut	47

INTRODUCCIÓN

Este trabajo describe la experiencia en las prácticas realizadas en una empresa de marketing digital, Coco Global Media. Esta empresa fue elegida con el objetivo de aplicar los conocimientos teóricos y profundizar en las estrategias y herramientas del marketing digital. Y por la aspiración de enriquecer la formación académica con una experiencia práctica importante.

Durante el tiempo de prácticas, se ha tenido la oportunidad de introducirse en el mundo del marketing digital y aprovechando al máximo los conocimientos adquiridos en la formación académica. Desde el inicio el objetivo fue claro: no sólo sacar el máximo provecho de esta experiencia y aprender sobre estrategias y herramientas del marketing digital, sino también contribuir al desarrollo profesional y académico.

En Coco Global Media, se han realizado una diversidad de actividades, no sólo el trabajo asignado, además se asumen responsabilidades y se ha comprendido a fondo la organización y los procesos que realizan. Esta variedad ha permitido obtener una comprensión de cómo funciona el marketing digital en la práctica y cómo se alcanzan los objetivos establecidos.

Durante el tiempo en prácticas, se han identificado los puntos fuertes y débiles desde mi perspectiva, y se ha propuesto sugerir mejoras que podrían potenciar aún más su desempeño. En el próximo trabajo, ofreceré una evaluación detallada de la empresa, explorando la contribución personal, resaltando los puntos fuertes y proponiendo soluciones para las áreas de mejora.

1. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1.1 Actividad de la empresa y ubicación en el sector

Coco Global Media es una agencia de comunicación enfocada en el mundo digital.

Se dedica principalmente a ayudar a sus clientes a destacarse digitalmente, desarrollando estrategias de marketing adaptadas a las necesidades de cada uno, utilizando principalmente herramientas como las redes sociales y campañas de publicidad online.

Su objetivo principal es construir y fortalecer la presencia online de las marcas, mejorar su posicionamiento en el mercado y aumentar el número de ventas.

1.2 Estructura y organización empresarial del sector y análisis de la competencia

Coco Global Media utiliza una estructura empresarial centralizada y jerárquica, donde la toma de decisiones está concentrada en manos de un individuo.

Aunque hay diferentes departamentos especializados, cada uno con cierto grado de autonomía para tomar decisiones en su área, todas estas decisiones están sujetas a la supervisión de un superior jerárquico.

Como ventaja de esta estructura empresarial, se puede destacar que define claramente la autoridad y permite que el personal se especialice en su área. Sin embargo, a menudo limita la autonomía de los empleados en la toma de decisiones.

En cuanto a su competencia, se trata de un mercado muy competitivo. El sector de la publicidad y el marketing es conocido por su alta competencia, lo que puede dificultar la captación y retención de clientes.

- **Ilustración 1:** Empresas competidoras y servicios que ofrecen:

	REDES SOCIALES	WEB	DISEÑO	BRANDING	SEO/SEM	VÍDEO/ FOTOGRAFÍA
COCO GLOBAL MEDIA	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ICRONO	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ESPINOSA	✓	✓	✓		✓	
MSR MARKETING	✓	✓		✓	✓	✓

Fuente: elaboración propia

Después de investigar y descubrir qué empresas podrían ser competidoras de Coco Global Media, se ha creado una tabla que muestra los servicios que ofrecen.

La empresa competidora más similar a Coco Global Media es Icrono, que ofrece al menos todos los servicios proporcionados por Coco Global Media.

1.3 Misión, visión y valores

La **misión** de la empresa es ser líderes y referentes en el campo de la publicidad y el marketing digital. Se busca ser el respaldo y ayudar a empresarios y emprendedores a alcanzar sus objetivos, destacando en sus industrias respectivas.

La **visión** de la empresa es proporcionar estrategias de marketing avanzadas y adaptadas para mejorar la competitividad y productividad de tu marca, producto o servicio. Enfocarse en crear un impacto significativo en las conversiones, manteniendo la fidelidad del mercado y estimulando el crecimiento de nuestros clientes a nivel organizacional.

Por último, los **valores** de la empresa son:

- **Honestidad:** ser sinceros en los proyectos y siempre recomendar lo más adecuado.
- **Confianza:** mantener siempre una relación de confianza con los clientes. Nunca se descuida a los clientes.
- **Responsabilidad:** estar siempre atentos a las necesidades de los clientes, preocupándose siempre por ellos, abordando sus proyectos con un sentido de compromiso personal.
- **Profesionalidad:** llevar a cabo investigaciones exhaustivas y análisis detallados. No se opta por la solución más sencilla, se busca siempre la excelencia.
- **Entrega:** no conformarse con simplemente cumplir con lo esperado, esforzarse constantemente por superar las expectativas, día tras día.
- **Complicidad:** colaborar estrechamente con los clientes, impulsando su participación y compromiso. Buscar que tengan un papel activo, no solo seguir instrucciones de forma pasiva.

1.4 La cultura empresarial

- **Nombre de la empresa:**

El nombre fiscal de la agencia es Coconut Solutions SL.

- **Ilustración 2:** Logotipos y símbolos de la empresa:

Logotipo en positivo

COCOGLOBALMEDIA
comunicación digital

Logotipo en negativo

COCOGLOBALMEDIA
comunicación digital

Símbolo en positivo



Símbolo en negativo



Fuente: empresa www.cocoglobalmedia.com

El logotipo de Coco Global Media se ha diseñado utilizando la tipografía *Josefin Sans Semibold*, de estilo Sans Serif, tanto en el primer texto como en el tagline que acompaña el logotipo.

- **Ilustración 3:** Tipografías de la empresa:

Se ha definido la tipografía DOSIS en las aplicaciones de Coco Global Media.





Fuente: elaboración propia

- **Ilustración 4:** Colores corporativos de la empresa:



Fuente: elaboración propia

- **Ilustración 5:** Página web de la empresa:

<https://cocoglobalmedia.com/>



Fuente: página web www.cocoglobalmedia.com

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO.

2.1 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta para identificar las fuerzas externas que pueden influir en un negocio, afectando su evolución económica y su reputación. El acrónimo PESTEL abarca los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y legales que se analizan.

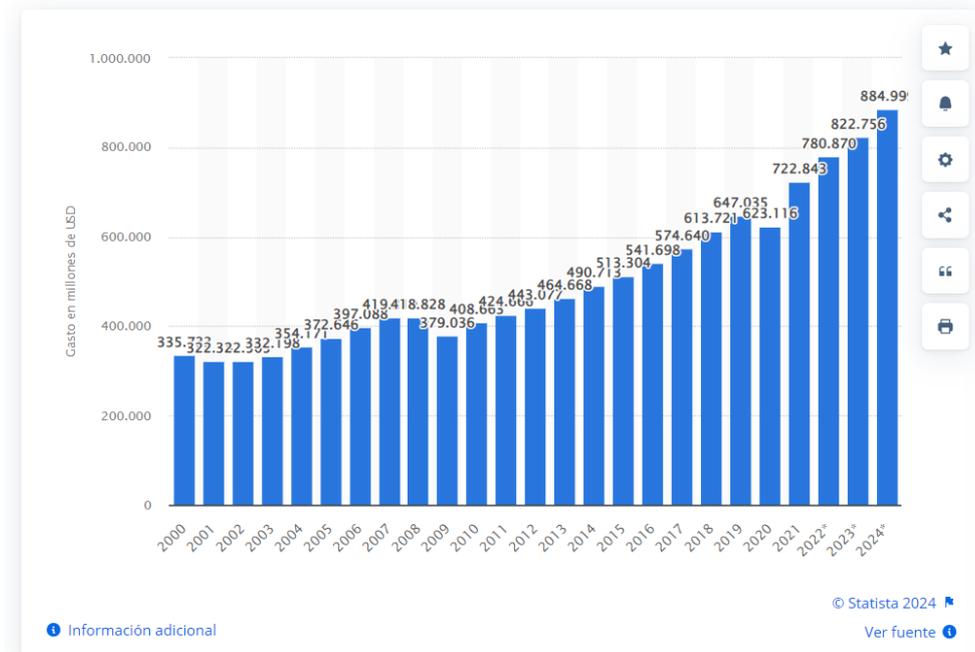
Para realizar un análisis completo del entorno general y específico, realizaré un análisis PESTEL.

- **POLÍTICO:** el primer paso para llevar a cabo el análisis PESTEL es considerar todos los factores políticos que afectan a la empresa. Estos elementos provienen de regulaciones legislativas, cambios de gobierno, agendas electorales, tratados internacionales, modificaciones legislativas, etc.
 - Política y regulaciones del gobierno sobre la publicidad y consumidor. La agencia cumple con todas las leyes establecidas en materia de publicidad: publicidad engañosa, restricción de algunos productos, etc. La agencia no promociona ningún producto que resulte perjudicial para las personas, y que no cumpla con los requisitos establecidos.
 - Cambios en las políticas fiscales en inversión de la publicidad. Si el gobierno realiza cambios fiscales, puede impactar la demanda de la agencia. En el caso de que la economía del país descienda y las empresas tengan menos dinero disponible, los servicios que ofrece la agencia Coco Global Media estarían menos demandados y las otras empresas se dedicarían personalmente a sus redes sociales y harían publicidad internamente.

- **ECONÓMICO:** se analizan los cambios económicos, tanto a nivel nacional como internacional, que pueden impactar significativamente en la empresa. Es esencial que se considere el entorno macroeconómico de la industria. Se debe tener en cuenta aspectos que incluyen políticas monetarias como la inflación o la evolución de los precios, tasas de empleo, crecimiento económico del país, el PIB, impuestos, etc.
 - En tiempos de recesión económica, las empresas podrían recortar su gasto en publicidad, esto impactaría la demanda de servicios de la agencia. Como se mencionó anteriormente, si la empresa experimenta un declive y hay recursos disponibles, las empresas que solían contratar servicios externos, como publicidad, gestión de redes sociales, diseño web, entre otros, podrían optar por llevar a cabo estas tareas internamente.
 - Si el gasto en publicidad y marketing está en aumento constante, esto puede generar oportunidades de negocio para la agencia. El incremento en la inversión publicitaria indica un crecimiento en la demanda de servicios de marketing por parte de las empresas, lo que significa que hay un mercado en expansión para la agencia.

- **Ilustración 6:** Evolución del gasto mundial en publicidad desde 2000 hasta 2024

(en millones de dólares)



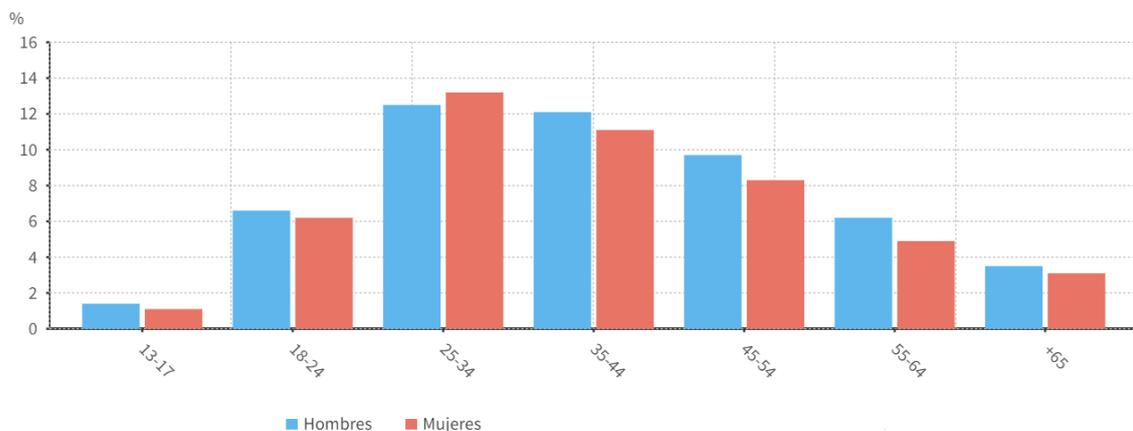
Fuente: página web "Statistas"

En el gráfico anterior, se puede observar de forma global un crecimiento constante del gasto mundial en publicidad desde el año 2000 hasta el 2024. En este período, el gasto se ha multiplicado por más de dos, pasando de 397.088 millones de dólares en el año 2000 a 884.99 millones de dólares en el 2024.

- **SOCIOCULTURAL:** es muy importante comprender al público objetivos. Y el análisis sociocultural proporciona una visión más profunda del mercado en el que opera la empresa. Es crucial analizar aspectos como la demografía, el estilo de vida, los hábitos y las tendencias de consumo, el nivel educativo o de ingresos, el contexto cultural, los factores religiosos y las creencias y las tendencias del mercado.
 - Cambios en los comportamientos y preferencias del público objetivo del cliente: la agencia adapta sus estrategias de marketing y publicidad a su público y a los canales emergentes. Por ejemplo,

si el público objetivo de Coco Global Media muestra una inclinación hacia el uso de la plataforma de Instagram, la agencia enfoca sus esfuerzos en esta aplicación para maximizar el alcance y la relevancia de las campañas de marketing. Esto garantiza que Coco Global Media puede conectar de manera efectiva con su audiencia en el lugar donde están más activos y comprometidos, asegurando así un mayor impacto y retorno de la inversión en sus estrategias de marketing y publicidad.

❖ **Ilustración 7:** Usuarios de redes sociales en España según sexo y edad. Porcentaje de la audiencia publicitaria total en Facebook, Instagram y FB Messenger.



Fuente: página web "www.epdata.es"

El gráfico anterior revela que el público objetivo de Coco Global Media, conformado por individuos de entre 25 y 50 años que son empresarios, destaca como los usuarios más activos en las plataformas. Este segmento demográfico se muestra como la audiencia principal, evidenciando su alto nivel de participación y relevancia dentro del alcance de la empresa.

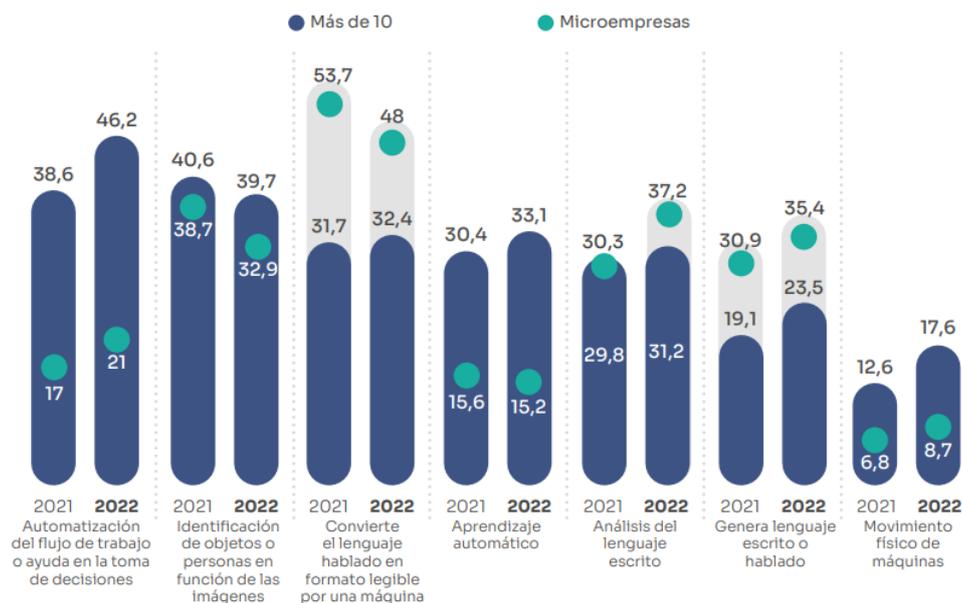
- La agencia tiene en cuenta las características demográficas y culturales del público objetivo de sus clientes al desarrollar campañas publicitarias que sean efectivas. Al comprender en profundidad las preferencias y los valores de su público, la agencia

puede crear mensajes y contenido que resuenen con ellos de manera auténtica y relevante.

- **TECNOLÓGICO:** la empresa puede beneficiarse de los avances tecnológicos. Por lo tanto, incluirlos en el análisis ayudará a descubrir oportunidades e innovaciones que puedes aprovechar.

- La agencia está actualizada con los avances tecnológicos en medios de comunicación y publicidad digital para poder ofrecer a sus clientes soluciones innovadoras.
- La agencia emplea en muchas ocasiones la inteligencia artificial para mejorar muchas cosas, diseñar campañas, agilizar el trabajo, etc.

- **Ilustración 8:** Porcentaje de empresas que usan IA, por tipo de tecnología:



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

El gráfico muestra el porcentaje de empresas españolas que utilizan inteligencia artificial (IA) por tipo de tecnología, en el año 2022.

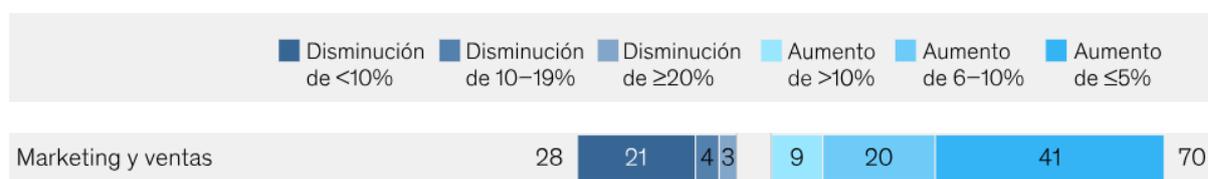
Los datos se presentan en barras verticales, cada una de las cuales representa el porcentaje de empresas que utilizan una tecnología determinada. El eje vertical del gráfico muestra el porcentaje de empresas, y el eje horizontal muestra las diferentes tecnologías de IA.

Las tecnologías de IA más utilizadas por las empresas españolas en el año 2022 fueron:

- Automatización del flujo de trabajo o ayuda en la toma de decisiones: Esta tecnología fue utilizada por el 46,2% de las empresas.
- Identificación de objetos o personas en función de las imágenes: Esta tecnología fue utilizada por el 38,6% de las empresas.
- Convierte el lenguaje hablado en formato legible por una máquina: Esta tecnología fue utilizada por el 37,2% de las empresas.

- **Ilustración 9:** La utilización de la Inteligencia Artificial en Marketing y Ventas.

Disminución de costos y aumento de ingresos por la adopción de IA en 2021, % de encuestados.



Fuente: McKinsey & Company

En el gráfico anterior, se aprecia un significativo incremento del 70% en la adopción de la Inteligencia Artificial (IA) y la inversión realizada por las empresas en el sector del Marketing. Este aumento revela una tendencia creciente hacia la incorporación de tecnologías avanzadas en las estrategias de marketing empresarial. La IA se ha convertido en una herramienta crucial para optimizar

procesos, personalizar experiencias de usuario y mejorar la eficiencia en la toma de decisiones.

Por esto, estar actualizado tecnológicamente es vital para las empresas porque les permite ser más competitivas, eficientes y ágiles en un mercado en constante cambio.

- **ECOLÓGICO:** la preocupación por el medio ambiente está ganando cada vez más importancia para los consumidores a la hora de elegir entre diferentes marcas. Algunos factores ambientales que podrían afectar al negocio incluye el cambio climático, la cultura de reciclaje, las políticas medioambientales y los riesgos naturales.
 - Para Coco Global Media, la preocupación por la contaminación y la responsabilidad ambiental es una prioridad. La agencia se compromete a minimizar su huella ecológica, y una de las formas en que lo hace es evitando el uso innecesario de papel en todas sus operaciones. Esta medida refleja el compromiso de Coco Global Media con la sostenibilidad.

- **LEGAL:** los aspectos legales son indispensables para cualquier empresa y no pueden ser pasados por alto. Las leyes y regulaciones varían de un país a otro, por lo que es crucial considerar todas las normativas que afectan a la empresa para evitar problemas legales y sanciones. Algunos factores legales a tener en cuenta incluyen los derechos de autor, la propiedad intelectual, las licencias, seguridad laboral, salarios, etc.
 - En Coco Global Media, la protección de datos y la privacidad son aspectos fundamentales en todas las actividades publicitarias. Se comprometen a cumplir rigurosamente con todas las leyes y regulaciones de protección de datos personales, garantizando así la confidencialidad y seguridad de la información de los clientes y audiencias.

- **Propiedad intelectual:** respeta los derechos de propiedad intelectual, es decir, los derechos que corresponden a los autores y otros titulares como artistas, productores, etc. Y que su publicidad cumpla con las leyes. Esto significa que la publicidad se desarrolla y distribuye de manera ética y legal, garantizando que se respeten los derechos de aquellos que han creado el contenido utilizado en las campañas.

2.2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter evalúan la competitividad de una industria. Proporciona a las empresas una herramienta para comprender mejor su entorno competitivo y desarrollar estrategias efectivas para enfrentarlo.

El modelo de las 5 fuerzas nos lleva a examinar detenidamente a los clientes, proveedores, productos sustitutos, nuevos competidores potenciales y la competencia en un mercado específico.

Así, las 5 fuerzas de Porter son las siguientes:

1. **Poder de los proveedores:** estos elementos son fundamentales ya que impactan directamente en el nivel de competencia de nuestra organización. Pueden influir en el precio y la calidad de nuestro producto o servicio, lo que a su vez afecta nuestra posición en el mercado. Mantener una cartera de proveedores sólida y revisar regularmente es esencial para mejorar nuestro posicionamiento dentro de la industria.
 - **Medios de comunicación y plataformas publicitarias:** la agencia depende fuertemente de ciertos medios y plataformas para llegar a su audiencia. Por lo tanto, el poder de estos proveedores es alto debido a su capacidad para influir en precios y condiciones de publicidad. Por ejemplo, si la plataforma Instagram cae y no

funciona durante un día, la agencia no podría subir la publicidad, los posts, las stories que habían programado.

- Proveedores de contenido y calidad: la agencia terceriza servicios creativos como diseño gráfico o producción de vídeo. La calidad y disponibilidad de estos proveedores afectará la capacidad de la agencia para satisfacer las necesidades de sus clientes.

2. **Poder del comprador:** el consumidor ejerce una influencia significativa en la determinación de diversas estrategias empresariales. Hoy en día, los clientes poseen un poder considerable para exigir mayores estándares de calidad, presionar por reducciones de precios o solicitar servicios y beneficios adicionales

- Disponibilidad de alternativas: hay muchas agencias de marketing y publicidad disponibles en el mercado. Los clientes tienen más opciones para elegir y, por lo tanto, más poder para seleccionar la agencia que mejor se adapte a sus necesidades y presupuesto.
- Exigencias de calidad y resultados: los clientes con altas exigencias de calidad y resultados ejercen presión sobre la agencia para que cumpla con sus expectativas, lo que influye en la relación de poder entre ambas partes.

3. **Productos/servicios sustitutivos:** son alternativas que los consumidores pueden elegir para satisfacer una necesidad similar a la que el producto o servicio ofrece.

- Publicidad interna: las empresas pueden optar por desarrollar y ejecutar sus propias campañas publicitarias internamente, utilizando así su propio equipo de marketing y recursos.
- Marketing en línea: en lugar de contratar una agencia de marketing tradicional, algunas empresas pueden optar por utilizar plataformas y herramientas en línea para promocionar sus productos o

servicios, como publicidad en redes sociales, marketing de contenidos o SEO.

- Consultores independientes: en lugar de contratar a una agencia completa, algunas empresas pueden contratar consultores independientes en áreas específicas del marketing y publicidad, como estrategia de marca, análisis de datos, desarrollo de campañas, etc.

4. **Amenaza de nuevos participantes:** la entrada de nuevos competidores en el mercado puede representar una amenaza significativa, ya que pueden intentar capturar rápidamente una parte del mercado. Algunos de estos competidores pueden incluso ofrecer un valor añadido no considerado previamente.

- Barreras de entrada bajas: si las barreras para ingresar al mercado son bajas, costos iniciales bajos o poca regulación, es más probable que nuevas empresas ingresen y compitan con las agencias existentes.
- Tecnología accesible: la disponibilidad de tecnologías accesibles y herramientas digitales puede facilitar que nuevas empresas ofrezcan servicios de marketing y publicidad sin necesidad de una infraestructura costosa.

5. **Rivalidad competitiva:** la competencia entre las empresas de una industria se manifiesta en la necesidad constante de ajustar los precios para mantener la participación en el mercado, así como en la demanda de innovación continua. Esta rivalidad puede impulsar a las empresas a buscar constantemente formas de diferenciarse y ofrecer un mayor valor a los clientes.

- Número de competidores: cuantas más agencias, mayor será la rivalidad competitiva.
- Crecimiento del mercado: si el mercado está experimentando un rápido crecimiento, la rivalidad competitiva puede ser menor, ya

que hay suficientes oportunidades para que varias agencias crezcan sin necesariamente arrebatarse clientes entre sí.

- **Diferenciación de servicios:** las agencias que ofrecen servicios únicos o tienen una propuesta de valor diferenciada pueden enfrentar una menor rivalidad competitiva.

2.3 Análisis DAFO - CAME

El análisis DAFO es una herramienta esencial para evaluar la situación actual de un negocio y tomar las decisiones estratégicas adecuadas. Se utiliza en la elaboración de planes estratégicos, planes de negocio y estudio de mercado.

Por lo tanto, se analizará tanto el entorno externo como las características internas de la empresa:

- **Debilidades:** estos factores representan las limitaciones internas que pueden afectar el crecimiento y desarrollo de tu negocio.

Coco Global Media tiene muy poca presencia en las redes sociales. Ahora han empezado a activarse más y subir más post después de 4 años.

Además, su página web está sin actualizar y contiene información que ya no es correcta, por ejemplo, el nombre de diversos clientes que ya no trabajan con ellos, y también nuevos clientes que aún no están puestos en la página web.

En la agencia, hay poca organización en el trabajo. Solo hay dos trabajadores contratados y tienen poca experiencia, ya que un trabajador lleva pocas semanas trabajando y el otro no llega al año. Por esto, en mi opinión, no creo que puedan estar capacitados para tener a varias personas de prácticas a su cargo. Esto puede causar desmotivación del equipo, sobre todo en el personal de prácticas.

- **Amenazas:** son los elementos externos que podrían obstaculizar la implementación de la estrategia empresarial o amenazar la viabilidad del negocio.

Una de las amenazas más relevantes de la empresa es la competencia en este sector. Hay muchas empresas que ofrecen los mismos servicios. Además, existe una evolución rápida de las tecnologías de publicidad digital que puede provocar que las agencias que no estén al día y a la última, pierdan relevancia en el mercado. Por esto, siempre hay que estar actualizándose y anticiparse lo máximo posible a la competencia.

- **Fortalezas:** son todos los recursos internos, posiciones de autoridad y cualquier ventaja competitiva específica del negocio.

Natalia Tripipatkul, la CEO de la empresa, tiene muchos contactos y conoce a mucha gente y esto provoca que sea más conocida y las empresas confíen en ella.

La agencia se compromete a entender completamente las necesidades y metas de sus clientes, y crean estrategias personalizadas para satisfacerlas.

Además, la experiencia y conocimientos en marketing y publicidad pueden ayudar a la agencia a destacarse en el mercado y atraer a clientes.

- **Oportunidades:** son todos los factores externos que benefician el desarrollo del negocio o que ofrecen oportunidades para implementar mejoras.

El crecimiento constante del mercado de la publicidad digital presenta oportunidades significativas de expansión para Coco Global Media. Como agencia especializada en este ámbito, están posicionados para capitalizar este crecimiento y ofrecer servicios especializados que satisfagan las demandas emergentes de los clientes. Esta tendencia en el mercado brinda la posibilidad de ampliar la cartera de servicios y fortalecer la

presencia en el ámbito digital, permitiendo continuar ofreciendo soluciones innovadoras y efectivas en el panorama publicitario actual.

Además, hoy en día hay mayor conciencia de la importancia del marketing en las empresas.

El análisis DAFO ha proporcionado una visión integral de la situación actual de Coco Global Media, identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Se han reconocido las áreas de ventaja competitiva, como la experiencia en publicidad digital y el enfoque en la innovación. Al mismo tiempo, se ha identificado aspectos que necesitan mejorar, como la necesidad de ampliar la cartera de servicios y trabajadores.

A continuación, se realizará un análisis CAME, que se trata de una herramienta con la que se pueden identificar una serie de factores esenciales que determinarán el desarrollo del negocio. Es una herramienta complementaria al DAFO que nos permite fijar todas aquellas acciones y estrategias que queremos llevar a cabo:

- **Corregir:** las debilidades internas de la empresa. Las acciones que se llevarían a cabo son las siguientes:

Mejorar la presencia en redes sociales: estableciendo un calendario de publicaciones constante, invirtiendo en campañas de publicidad para aumentar la visibilidad.

Se actualizará la página web: eliminando la información obsoleta y añadiendo datos actualizados de los clientes. Además, también se implementaría una sección de noticias o blog para mantener la página web dinámica y actualizada.

Y en cuanto a la organización interna, se implementarían mejores sistemas de organización y gestión de proyectos. Contratación de personal más experimentado y proporcionar formación continua para el desarrollo de habilidades del equipo actual.

- **Afrontar:** las amenazas actuales del entorno de Coco Global Media.

Para la alta competencia con muchas empresas ofreciendo los mismos servicios, se implementarán acciones como diferenciación de servicios mediante la especialización en nichos de mercado y ofrecer servicios únicos. Mejorar la atención al cliente y crear relaciones sólidas y duraderas con los clientes actuales.

Y en el caso de las rápidas evoluciones tecnológicas que puedan dejar obsoletas a las agencias que no estén actualizadas, se invertirá en formación continua para el equipo en las últimas tecnologías y tendencias de publicidad digital y se adoptará y experimentará con nuevas herramientas y tecnologías de publicidad digital antes que la competencia.

- **Mantener:** y potenciar las fortalezas actuales de Coco Global Media.

Se ampliará la red, se participará en más eventos de networking y conferencias del sector para ampliar la red de contactos. Se aumentará la visibilidad de Natalia a través de entrevistas, artículos y participaciones en paneles para fortalecer la marca personal y la de la agencia.

Además, se documentará y promocionará casos de éxito donde las estrategias personalizadas han tenido un impacto positivo significativo. Se establecerán sistemas regulares de feedback con los clientes para asegurar que sus necesidades están siendo atendidas.

- **Explotar:** las oportunidades presentes en el entorno de Coco Global Media.

Expandir la cartera de servicios para incluir nuevas tendencias y tecnologías en publicidad digital. Incrementar la inversión en I+D para

desarrollar soluciones innovadoras y mantenerse a la vanguardia de las tendencias del mercado.

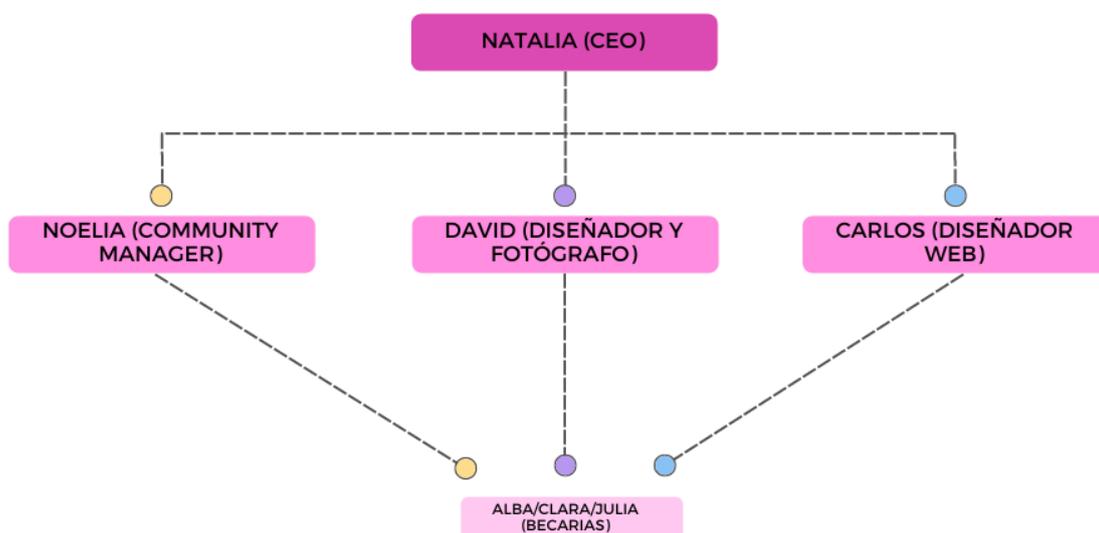
Además, se educará a los clientes y potenciales clientes sobre el valor del marketing digital.

3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

3.1 Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos

A continuación, se mostrará un organigrama de la empresa en el que se ve perfectamente la estructura interna de ésta. En la parte superior la CEO Natalia Tripipatkul y los diferente

- **Ilustración 10:** Organigrama de la empresa:



Fuente: elaboración propia

Como bien indica el esquema anterior, los estudiantes en prácticas están subordinados a los responsables de los diferentes departamentos, aunque, en particular, los becarios trabajan más en el departamento de redes sociales.

Cada uno de los departamentos están formados por una persona, es decir, en total la empresa tiene tres trabajadores contratados. Noelia se encarga de

gestionar las redes sociales, David toma las fotos y graba los vídeos para las publicaciones y reels de las redes sociales y Carlos diseña las páginas web.

Los tres departamentos están interrelacionados, ya que sin las sesiones realizadas por David, Noelia no tendría contenido para subir en las redes, y Carlos tampoco tendría imágenes para las páginas web.

Además, Carlos y Noelia también deben coordinarse para acordar la información que van a proporcionar, como horarios de los restaurantes, menús, precios, etc., para subir la misma información y evitar contradicciones.

Todo el trabajo realizado por ellos, debe ser revisado por Natalia Tripipatkul antes de ser publicado. Una vez ella haya dado su visto bueno, se podrá publicar.

3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo

- **CEO:** la máxima responsable de la agencia juega un papel crucial en la toma de decisiones estratégicas y de liderazgo. Su función principal es establecer y mantener relaciones sólidas con los clientes y con su equipo. Presenta a sus clientes diferentes propuestas y estrategias a seguir y cuando el cliente lo acepta, lo presenta a su equipo que son quienes estarán detrás de las acciones de la estrategia digital.
- **Community Manager:** se encarga de llevar a cabo los medios de comunicación online para los medios digitales. Interactúa con los seguidores, responde posibles dudas, etc. Y crea contenido en las redes sociales y canales digitales. Este perfil es multidisciplinar, se adapta a cada cliente y a sus necesidades.
- **Programador:** se encarga del desarrollo y mantenimiento de sitios web. Además, también diseña aplicaciones y software y rendimiento de los sitios web. Es muy importante que mantenga el contacto y se comunique con el diseñador y la community manager, para crear páginas web de acuerdo al perfil del cliente y a sus necesidades.

- **Diseñador/fotógrafo:** utiliza herramientas de diseño y diversos programas para crear piezas atractivas. Está en contacto siempre con los clientes para identificar sus necesidades y adaptarse siempre al máximo. Además, también es la persona que fotografía los productos que venden a los clientes, para más tarde crear publicaciones y subir las fotos a las páginas web.

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

El sistema y métodos de trabajo de Coco Global Media se basa en varios pasos clave para satisfacer las necesidades de los clientes de forma adecuada:

1. Reuniones con los clientes:

La CEO, Natalia Tripipatkul, se reúne personalmente con los clientes para comprender sus necesidades y expectativas. Esto permite establecer una relación cercana y comprender a fondo sus objetivos. La información recopilada por la CEO no solo permite satisfacer las necesidades, sino también proponer soluciones personalizadas a cada cliente para generar un valor añadido y establecer relaciones sólidas.

2. Comunicación con el equipo:

Una vez la CEO ha recopilado toda la información relevante de los clientes, la comunica a su equipo de forma clara y precisa. No solo transmite los requisitos y objetivos a cumplir, también realizan lluvias de ideas para darle diferentes enfoques y soluciones.

3. Establecer objetivos:

No solo se definen los objetivos claros, también los divide por tareas específicas y asigna responsabilidades a cada miembro del equipo, dependiendo de si se trata de redes sociales, realización de contenido de vídeo, diseño de página web, etc.

Además, se van realizando seguimientos y se van midiendo los resultados para ver su progreso e identificar si hay algún error y oportunidades de mejora.

4. Planificación de tiempos:

A cada miembro responsable de cada tarea se les asigna un tiempo y fechas límites. Esto ayudará al equipo a organizarse y garantizar que se cumplan los objetivos acordados con los clientes.

5. Revisión y aprobación:

Una vez el equipo ha completado el trabajo, Natalia Tripipatkul lo revisa para asegurarse de que cumpla con los estándares establecidos. Además, también realiza reuniones constantes con los clientes para mostrarles el progreso y cómo va avanzando el trabajo para ver si están conformes o si realizarían algún cambio.

Una vez Natalia Tripipatkul está satisfecha con el trabajo realizado, lo entrega definitivamente al cliente.

Este método de trabajo garantiza la rapidez y la profesionalidad. Al asignar a cada trabajador tareas específicas, se garantiza un enfoque dedicado y especializado, lo que a su vez asegura la calidad en cada etapa del proceso. Esta estructura no solo acelera la ejecución de las tareas, también asegura que se realicen con la mayor excelencia posible.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Segmentación y público objetivo

Coco Global Media centra sus esfuerzos principalmente en grandes ciudades y áreas metropolitanas con alta actividad comercial y empresarial. Donde ofrecen un entorno dinámico y competitivo, ideal para implementar estrategias de marketing digital avanzadas.

La agencia se enfoca en empresas de tamaño pequeño, mediano y grande, que operan en sectores específicos como moda, servicios profesionales, restaurantes, etc. Sectores que requieren soluciones de marketing digitales innovadoras y personalizadas para poder destacar. Coco Global Media busca atraer negocios en crecimiento que desean ampliar su presencia en el mercado digital y mejorar su competitividad.

Coco Global Media se dirige a empresas con mentalidad innovadora, clientes que valoran la personalización y la atención cercana ofrecida por la agencia. Clientes dispuestos a invertir en estrategias de marketing digital que les permitan alcanzar sus objetivos comerciales.

4.2 Estrategia de marketing

Coco Global Media tiene un enfoque personalizado y cercano que se centra en resaltar los puntos fuertes de cada cliente. Construye relaciones sólidas y mide los resultados de forma continua para identificar lo que funciona y las áreas a mejorar, asegurando que cada estrategia sea altamente efectiva y adaptada a las necesidades específicas de sus clientes.

La CEO, Natalia Tripipatkul, tiene una amplia experiencia en el sector, lo que ha permitido construir una extensa red de contactos influyentes. Muchos de los clientes son conocidos de Natalia, lo que añade un nivel adicional de confianza y lealtad a sus servicios. Esta red de contactos también facilita oportunidades de colaboración y expansión, brindando a los clientes acceso a un ecosistema de recursos y conexiones valiosas.

Además, Coco Global Media se mantiene a la vanguardia de las tendencias del mercado, adoptando las últimas tecnologías y metodologías en publicidad digital. La empresa ofrece muchos servicios, desde gestión de redes sociales y creación de contenido hasta campañas de publicidad y análisis de datos. Esto convierte a Coco Global Media en una agencia efectiva y única en el campo del marketing y la publicidad.

4.3 Herramientas de marketing operativo

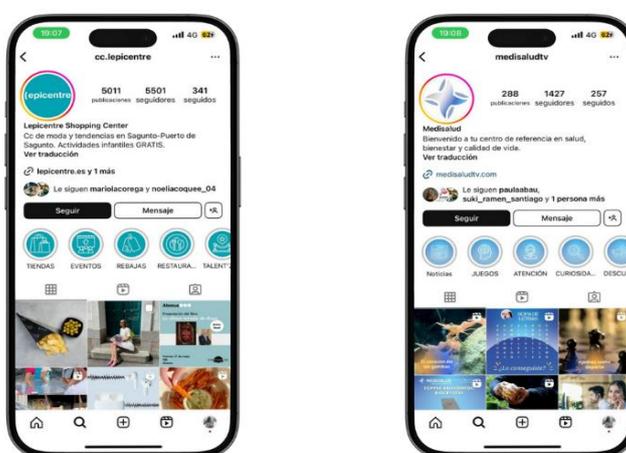
4.3.1 El servicio

A continuación, se detallarán los diversos servicios que Coco Global Media ofrece a otras empresas.

- **Redes sociales:** en Coco Global Media, la aproximación a las redes sociales es completamente personalizada y adaptada a las necesidades de cada cliente. La community manager se dedica a crear publicaciones cuidadosamente diseñadas y personalizadas, utilizando fotos y vídeos de alta calidad, transmitiendo el mensaje de manera efectiva.

El enfoque en las redes sociales va más allá de simplemente publicar contenido, también se realizan análisis detallados del rendimiento de cada publicación y campaña para medir su impacto y realizar ajustes según sea necesario. Esto permite optimizar continuamente la estrategia y garantizar resultados óptimos para los clientes.

- **Ilustración 11:** Ejemplos de redes sociales gestionadas por Coco Global Media:



Fuente: elaboración propia

- **Página web:** el diseño de cada sitio web no solo es una oportunidad para presentar la marca de manera ordenada y detallada, sino que también es una presentación hacia la esencia y los valores de la empresa.

En Coco Global Media se entiende que un sitio web bien diseñado no solo atrae la atención del visitante, también lo sumerge en una experiencia que lo conecta con el producto o servicio ofrecido. Además, el compromiso de la agencia no termina una vez se lanza el sitio web, se mantienen disponibles para realizar actualizaciones, optimizaciones y mejoras continuas según las necesidades cambiantes de la marca y preferencia de los clientes.

- **Ilustración 12: Ejemplo de página web diseñada por Coco Global Media:**

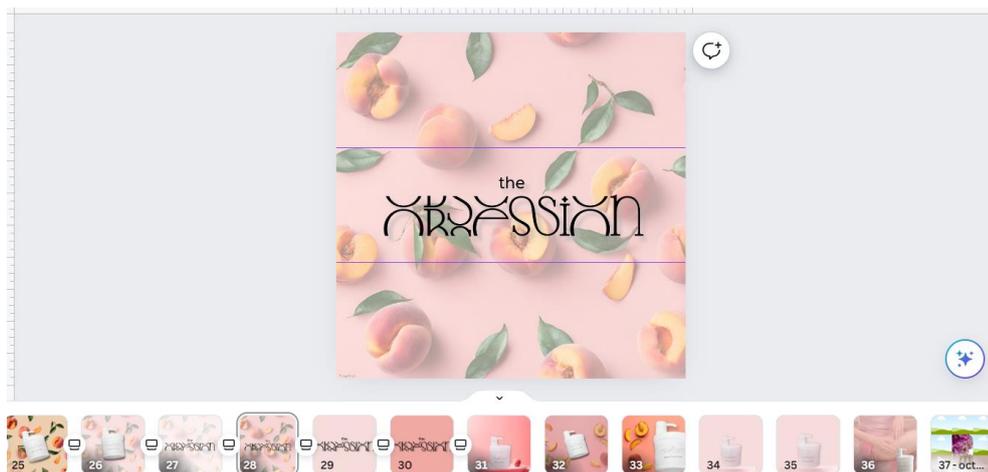


Fuente: elaboración propia

- **Campañas de marketing y publicidad:** la estrategia utilizada por Coco Global Media va más allá de simplemente transmitir los puntos fuertes de cada cliente, también se quiere generar un impacto duradero.

Se desarrollan mensajes auténticos y convincentes que conecten emocionalmente con el público objetivo de cada cliente. No solo se destacan los productos o servicios ofrecidos, también los valores y la visión de la empresa.

- **Branding:** se comprometen a crear una conexión auténtica y duradera entre la marca y su audiencia, desarrollando una estrategia integral de branding que va más allá de simplemente crear un logo o eslogan. Se busca crear una identidad de marca auténtica. Cada elemento se selecciona cuidadosamente para transmitir la esencia única de la marca y construir una conexión emocional con los consumidores.
- **Ilustración 13:** Ejemplo de creación de marca e identidad corporativa:



Fuente: elaboración propia

- **Vídeo y fotografía:** en Coco Global Media se ofrece una gama completa de servicios audiovisuales diseñados para elevar la presencia de cada marca en el mercado. Desde sesiones de fotos planificadas para

publicaciones en las redes sociales hasta producción de vídeos corporativos y promocionales de alta calidad.

4.3.2 El precio

Los precios de nuestros servicios se ajustan a las necesidades específicas de cada cliente y pueden variar según los requisitos y el alcance del proyecto. Sin embargo, a continuación, se mostrarán una idea general y algunos ejemplos de los servicios y sus posibles costos:

Coco Global Media ofrece una amplia gama de servicios destinados a dar a conocer a las empresas clientes que confían en ella.

En el ámbito de las redes sociales, se ofrece un paquete básico a partir de 300€, que incluye la gestión de perfil, objetivos SMART, calendario de contenidos planificados, creación de contenido atractivo y una evaluación continua del rendimiento para evaluar los resultados.

Para los clientes que buscan un enfoque que incorpore acciones de marketing más avanzadas, se añaden 150€ adicionales.

En el área del diseño web, se ofrece un servicio completo por 1.500€, que incluye un análisis detallado de las necesidades y objetivos de la empresa, una planificación del sitio web, ejecución del diseño y desarrollo y por último, el lanzamiento.

El servicio de branding, con un costo de 700€ se enfoca en construir una identidad visual para la empresa. Esto incluye la creación de cinco propuestas de logotipos, infinitas propuestas y revisiones hasta la satisfacción del cliente, el diseño de una carpeta corporativa profesional, definición de tipografías y colores corporativos, entrega de 30 archivos de logotipo en diferentes formatos, garantizar derechos de propiedad y la creación de un completo Manual de Identidad Corporativa.

4.3.3 La promoción

Natalia Tripipatkul juega un papel fundamental en la promoción de los servicios de la agencia, aprovechando su extensa red de contactos para identificar y cultivar nuevas oportunidades de negocio.

Más allá de simplemente promocionar, ella establece relaciones estratégicas con posibles clientes, demostrando valor y la experiencia que la agencia les puede ofrecer. Su enfoque no es solo buscar nuevas oportunidades, sino también nutrir las relaciones existentes para garantizar la satisfacción continua de los clientes y fomentar la lealtad. Su compromiso con la excelencia y su enfoque en el cliente son fundamentales para el crecimiento y éxito de Coco Global Media.

4.4 La relación con el cliente

Como se ha mencionado anteriormente, en Coco Global Media se comprometen a ofrecer una experiencia de cliente excepcional, basada en una atención personalizada y una comunicación constante y transparente. Desde el principio se esfuerzan por entender las necesidades y objetivos de cada cliente, estableciendo una relación de confianza y colaboración.

El equipo se dedica a escuchar activamente, asegurando que cada cliente se sienta valorado y comprendido en todo momento. Se mantiene una comunicación clara y concisa.

Además, se comprometen en cumplir los plazos establecidos. Se valora mucho la puntualidad y la fiabilidad, superando así las expectativas de los clientes.

4.5 La distribución en el mercado local e internacional

La distribución en el mercado local se realiza a través de pocos canales estratégicos diseñados para llegar eficazmente a su audiencia objetivo. Ya que como se ha mencionado anteriormente, la empresa se da a conocer por la extensa cartera de contactos de la CEO. Y por otra parte, también se promocionan a través de redes sociales y su sitio web para generar conciencia y atraer clientes locales interesados en sus servicios.

5. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL

5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración

Coco Global Media tiene presencia online en diferentes redes sociales como Instagram o Facebook y a través de su página web. Pero su principal enfoque no está en promover su imagen a través de estos canales. En cambio, su reputación se ha construido tanto por el boca a boca de los clientes satisfechos y por personas conocidas de la CEO de la empresa.

Coco Global Media prioriza la gestión de las redes sociales de sus clientes sobre las suyas propias, esta estrategia afecta su presencia online y su capacidad para atraer nuevos clientes a través de sus redes sociales o página web. Es importante mantener una presencia activa en sus propias plataformas para demostrar su experiencia y mantenerse relevante en el mercado.

Esto no significa que se descuide totalmente su presencia online. Tienen pensado activarse más en sus redes sociales, subir más contenido y actualizar su página web, para así ganar más visibilidad y atraer a nuevos clientes. Una sugerencia sería encontrar un equilibrio entre la gestión de las redes sociales de los clientes y la promoción de la marca Coco Global Media. Esto puede implicar asignar recursos adicionales o personal específico para administrar sus perfiles sociales y página web. Además, también se podrían programar publicaciones

regulares que destaquen logros, proyectos, testimonios de clientes, etc. Esto puede ser atractivo para posibles clientes que buscan estos servicios.

5.2 Plan de mejora online

La creación de un plan de mejora online es fundamental para garantizar que el negocio mantenga su relevancia y competitividad en el mercado digital. Al tener presencia online la agencia puede aumentar su visibilidad y generar más clientes.

A continuación, se describirán posibles acciones para mejorar la presencia online de Coco Global Media.

- **Estrategia de redes sociales:** se revisará detalladamente la estrategia actual de redes sociales de la agencia. Esto implica analizar cada plataforma en la que la empresa tiene presencia. Se identificarán los seguidores actuales de Coco Global Media en cada plataforma y sus características, se revisará el tipo de contenido que se está compartiendo actualmente en las redes sociales y analizar qué publicaciones han generado más interacción y cuáles menos. Además, se podrá observar el desempeño de otras agencias de marketing y publicidad en las redes sociales y qué estrategias están utilizando.
- **Desarrollo de contenido original:** un contenido original es crucial para destacar la experiencia y el conocimiento de la agencia. Se mantendrá a la audiencia informada sobre las últimas tendencias en marketing y publicidad digital. Se compartirán casos reales de proyectos en los que la agencia haya logrado resultados destacados para sus clientes. También se proporcionarán consejos prácticos sobre temas de marketing y publicidad, como recomendaciones para mejorar la presencia en las redes sociales.
- **Programas publicaciones regulares:** se establecerá un calendario de publicaciones para mantener una presencia activa en las redes sociales. Publicaciones periódicas que resalten los servicios ofrecidos por la agencia.

- **Publicidad online:** la publicidad online puede ser una estrategia efectiva para aumentar la visibilidad y alcance de la agencia. Se definirán los objetivos de la publicidad online (conocimiento de marca, atraer clientes, promocionar servicios, etc.). Segmentar la audiencia para dirigirse a su público objetivo y crear anuncios atractivos y relevantes que capten la atención.

5.3 Propuesta de logo

Tener un buen logo para la empresa es muy importante ya que es la forma en la que se identifica y reconoce el negocio. Un logo bien diseñado ayuda a que la empresa sea más fácil de reconocer por sus clientes y el público.

Un logo único puede ayudar a que una empresa se destaque entre la competencia, este transmite personalidad y valores. Además, también puede transmitir una sensación de profesionalidad y credibilidad, que muestre que la empresa se preocupa por su imagen y marca.

- **Ilustración 14:** Logotipo actual de la empresa:



COCOGLOBALMEDIA
comunicación digital

Fuente: página web www.cocoglobalmedia.com

Se trata de un logo muy claro, diseñado exclusivamente con letras y sin ninguna imagen o dibujo.

Por esto, en la propuesta de logo para la empresa se ha querido añadir un dibujo que identifique a la empresa.

- **Ilustración 15:** La propuesta de logotipo para Coco Global Media:



Fuente: elaboración propia

En el diseño del logo, se ha integrado el elemento gráfico del casco de astronauta de manera que simboliza la esencia y la identidad de la empresa, que esté relacionada posiblemente con la exploración, innovación o la tecnología avanzada.

Este elemento añade un toque de creatividad al diseño, al simbolizar las letras “CO” del logo para formar el nombre de la agencia.

Se ha utilizado el uso de colores corporativos con un degradado sutil en el elemento gráfico y un color más oscuro en las letras, creando un efecto visual atractivo y moderno. Esta combinación de colores transmite una sensación de profesionalidad además de representar la identidad de la marca.

5.4 Plan para ganar presencia en las redes sociales y captar seguidores

Tener un plan para ganar presencia en las redes sociales y captar seguidores es muy importante por la visibilidad y el alcance que puede llegar la agencia, la

generación de leads o clientes potenciales interesados en los servicios de la agencia. Y para la reputación y credibilidad de la agencia, demostrando el conocimiento y experiencia de la empresa en el sector.

Elección de las Redes Sociales:

Instagram y Facebook son dos plataformas ideales para mostrar contenido visual atractivo, además se pueden programar las publicaciones y subir a las dos plataformas al mismo tiempo. El marketing visual es efectivo para agencias de publicidad y marketing, ya que se pueden mostrar ejemplos de proyectos, campañas, eventos, etc.

❖ **Ilustración 16: Ejemplo diseño de feed para Instagram:**

¿Tienes una página web que parece que fue diseñada en la época de los dinosaurios? ¡No te preocupes, nosotros podemos ser el meteorito que la va a hacer desaparecer!

#diseñoweb
#experienciadeusuario
#diseño gráfico #estrategiadigital

En #Cocoglobalmedia no solo nos encargamos del diseño y la estrategia digital, sino que también ofrecemos #shootings de alta calidad como el que te presentamos con este clip. ¡Confía en nosotros para crear una experiencia fotográfica única y memorable!

#fotografiacreativa #diseño gráfico #marketingdigital #shootings

En #Cocoglobalmedia no solo nos encargamos del diseño y la estrategia digital, sino que también ofrecemos sesiones de fotos de alta calidad como la que te presentamos. ¡Confía en nosotros para crear una experiencia fotográfica única y memorable!

#fotografiacreativa #diseño gráfico #marketingdigital #shootings

Esto es lo que pasa en #Cocoglobalmedia cuando estamos de #shooting como el que te presentamos con este clip. ¡Confía en nosotros para hacer de esa sesión un momento único!

#fotografiacreativa #diseño gráfico #marketingdigital #shootings #cocoglobal

¡En CocoglobalMedia sabemos que las reseñas son importantes para el éxito de tu negocio! Por eso nos aseguramos de responder a cada una de ellas. ¿Empezamos?

#reseñas #actualización digital #tunegocioimporta #estrategiadigital

Fuente: elaboración propia

- **Ilustración 17:** El calendario para subir publicaciones a Instagram o Facebook:

JUNIO

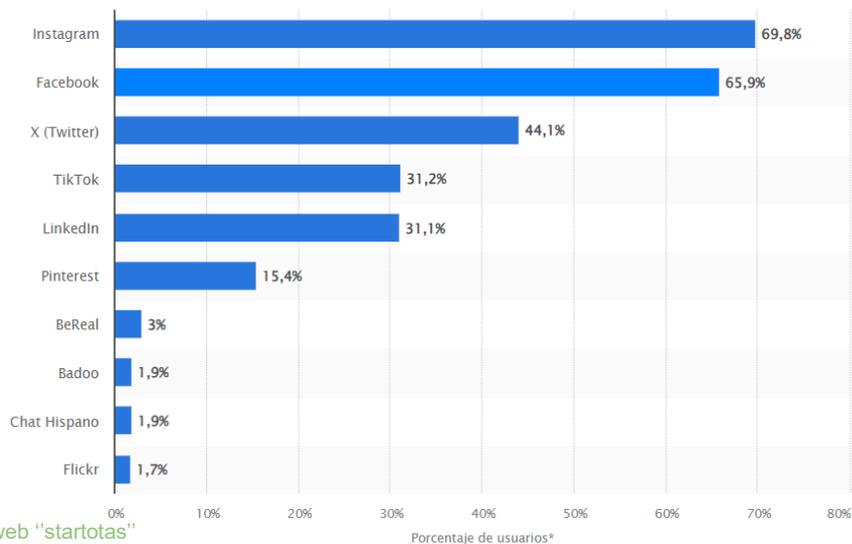
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
					1	POST 4.4 ¿Cómo superar la fobia dental con una odontología sin estrés? Descubre la realidad detrás de la fobia dental y la ansiedad en la búsqueda del cuidado dental.
3 STORIE Redirigiendo al post anterior	4	5 POST 4.5 ¿Sabías que cuidar de tu salud bucodental es aún mejor cuando lo haces con amigos?	6 STORIE Redirigiendo al post anterior	7	8	9 POST 4.6 ¿Cuáles son los mejores métodos para cuidar los dientes de leche?
10 STORIE Redirigiendo al post anterior	11	12 POST 4.7 Nuestra sección de "Verdadero o Falso" ¿El chicle sin azúcar es seguro para los dientes y no causa caries dental?	13 STORIE Redirigiendo al post anterior	14	15	16 POST 4.8 ¿Sabes cada cuánto se debería realizar una revisión dental?
17 STORIE Redirigiendo al post anterior	18	19 POST 4.9 Nuestra sección de "Verdadero o Falso" ¿Las muelas de juicio siempre deben ser extraídas?	20 STORIE Redirigiendo al post anterior	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

COCOGLOBALMEDIA
tel. (+34) 679 967 342 Calle Pintor Sorolla 22, 2ª cocoglobalmedia.com info@cocoglobalmedia.com

Fuente: elaboración propia

Tener presencia en LinkedIn también es importante para establecer conexiones profesionales y compartir contenido relevante con empresas y profesionales. Esto puede ayudar a fortalecer la credibilidad y autoridad de la agencia.

- **Ilustración 18:** Redes sociales con mayor porcentaje de usuarios en España en 2023:



Fuente: página web "startotas"

El gráfico anterior muestra el porcentaje de usuarios que utilizan diferentes plataformas de redes sociales. Las más populares son Instagram y Facebook con un 69,8% y 65,9% de usuarios, respectivamente.

Y LinkedIn es la plataforma de redes sociales más popular entre los profesionales con un 31,1% de usuarios.

Por lo tanto, la agencia debería centrarse en las plataformas de redes sociales que son más populares entre su público objetivo. Crear contenido de alta calidad para que sea atractivo, ser activa y comprometida en las redes sociales y medir el rendimiento de sus campañas y realizar los ajustes necesarios.

Estas plataformas tienen un alcance significativo y ofrecen diversas opciones de publicidad pagada que se pueden ajustar a la agencia.

Elaboración de Propuestas de Eventos, Concursos, etc..:

Los sorteos son una estrategia para aumentar la participación de los seguidores y ampliar el alcance de las publicaciones. Al premiar a los seguidores que comparten publicaciones relacionadas con los servicios de la agencia o etiquetan a otros usuarios, se fomenta la interacción y motiva a la audiencia a difundir el contenido de la agencia entre sus contactos.

- **Ilustración 19:** Ejemplos de sorteo para ganar seguidores y presencia en la página web:



Fuente: elaboración propia

Organizar talleres gratuitos en LinkedIn sobre temas relevantes para los seguidores es una excelente manera de ofrecer valor añadido a la audiencia y establecer la agencia como una autoridad en su campo. Estos talleres ayudan a fortalecer la reputación y credibilidad de la agencia en el sector.

Además, la publicación de contenido interactivo en las redes sociales es fundamental para mantener el compromiso de los seguidores. Las encuestas, preguntas frecuentes, juegos, etc., fomentan la participación y establecen relaciones sólidas.

En cuanto a los costes, se estima un presupuesto de aproximadamente 100€ para los regalos en los sorteos, lo cual es una inversión pequeña en comparación con los beneficios potenciales en términos de participación y alcance.

Además, los talleres se realizarán de forma gratuita a través de plataformas como Zoom, lo que minimiza los costes.

La implementación de un plan estratégico en redes sociales es esencial para Coco Global Media. Estas acciones anteriormente nombradas, respaldadas por un presupuesto bajo pueden contribuir al crecimiento y éxito de la empresa en el ámbito digital.

6. PUESTO DE TRABAJO

6.1 Objetivos del puesto

La creación y la gestión de estrategias de contenido personalizadas para cumplir con las necesidades específicas de cada cliente. No solo comprender las demandas del mercado, sino también aplicar de manera efectiva las habilidades y conocimientos adquiridos durante los estudios en un entorno laboral real.

Esto implica estar al tanto de los cambios en las plataformas digitales, dominar nuevas herramientas y técnicas y mantenerse actualizado. Por lo tanto, realizar las prácticas en Coco Global Media no solo es crear contenido relevante, también

desarrollar constantemente habilidades y conocimientos para mantenerse en un campo en constante evolución.

Se han diseñado estrategias para seguir activo en las redes sociales y ganar seguidores. Se desarrollaban bien todas las estrategias a seguir y se realizaba un calendario para ir haciendo las actividades que corresponden en cada momento.

- **Ilustración 20:** Ejemplos de desarrollo de estrategias y calendario para ganar presencia en las redes sociales:

COCOGLOBALMEDIA

COLABORACIÓN CON INFLUENCER O MICROINFLUENCER LOCAL

Colaborar con personajes que tengan influencia en redes sociales y que nuestro público objetivo sea parecido. Realizarles algún tratamiento para poder mostrar resultados reales, de esta forma generaremos confianza en nuestros servicios, lo que podría motivar a más personas a seguirnos y probarlos.

Es una manera de aprovechar la influencia que tiene la persona elegida para aumentar nuestra visibilidad.

tel: (+34) 679 967 342 | Calle Pintor Sorolla 22, 2º | cocoglobalmedia.com | info@cocoglobalmedia.com

COCOGLOBALMEDIA

ABRIL **Estrategia 1**

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

- Creación del contenido y el plan de promoción, establecer reglas y publicación en redes sociales
- Días que se hará el recordatorio del sorteo
- Finaliza el sorteo
- Elección del ganador y publicación por redes

tel: (+34) 679 967 342 | Calle Pintor Sorolla 22, 2º | cocoglobalmedia.com | info@cocoglobalmedia.com

Fuente: elaboración propia

6.3 Relaciones

En Coco Global Media, las relaciones dentro de la agencia son de carácter personal y laboral en todo el equipo creando un ambiente colaborativo.

La relación establecida con la empresa actualmente se realiza mediante un contrato de prácticas, con el objetivo de adquirir las competencias y experiencia necesarias para el desarrollo profesional. El contrato tiene como propósito superar con excelencia los objetivos preestablecidos, proporcionando una formación práctica para la preparación de la futura carrera.

La interacción entre departamentos es frecuente, la agencia fomenta un buen ambiente de trabajo y colaboración. Cada departamento tiene sus funciones específicas, pero muchas veces se trabaja de forma conjunta, es decir, se pide ayuda, consejos, ideas, etc.

En este caso, la community manager y los becarios crean contenido para diversas redes sociales. Contenido enviado primeramente a la CEO para que dé el visto bueno. Una vez aprobado, los archivos son enviados a la community manager para que sean programados y publicados en las redes sociales correspondientes.

En Coco Global Media se fomenta un ambiente colaborativo con relaciones laborales personales y profesionales. Y mediante contratos de prácticas, la agencia ofrece formación práctica para el desarrollo profesional.

6.4 Disponibilidad

En varias ocasiones, la disponibilidad para salidas fuera de la oficina era necesaria. Inicialmente, no siempre se cumplían con los horarios establecidos, lo que a menudo esto llevó a ajustar compromisos personales, ya que a veces los desplazamientos eran más largos y no se regresaba a tiempo.

Al principio de las prácticas, esta situación era común hasta que la responsable de prácticas se puso en contacto con la CEO de la agencia, lo que ayudó a mejorar el cumplimiento de los horarios y planificación de las salidas.

6.5 Documentación

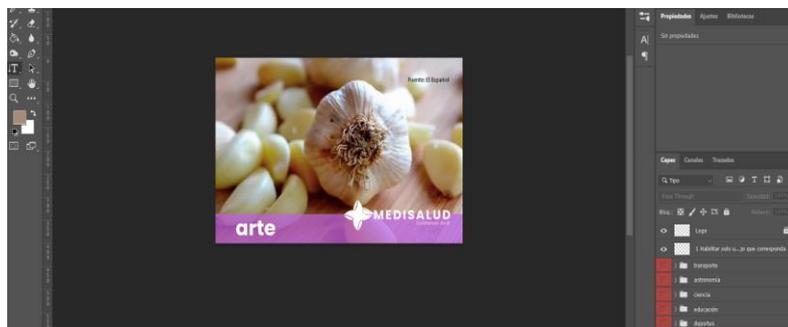
Para la ejecución de las distintas tareas en Coco Global Media, se requieren diversas herramientas técnicas que son esenciales para el diseño y creación de contenido.

Las principales herramientas utilizadas son las siguientes: (fotos)

- **Photoshop:** esta herramienta es fundamental para la edición fotográfica y creación de mockups.

Se agregan filtros y tonalidades diferentes a las fotografías para darle el toque que necesita. A través de los efectos especiales, se da vida a las imágenes y se cambia la iluminación ambiental presente.

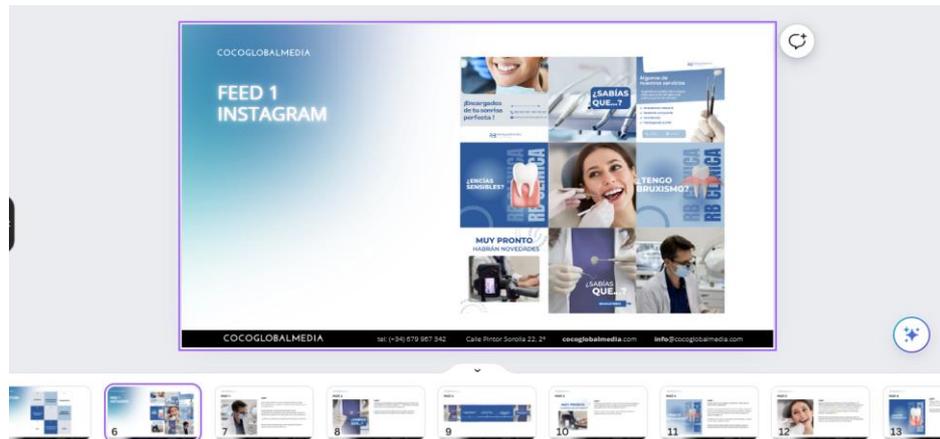
- **Ilustración 22:** Ejemplo de plantilla de Photoshop para el diseño de noticias:



Fuente: elaboración propia

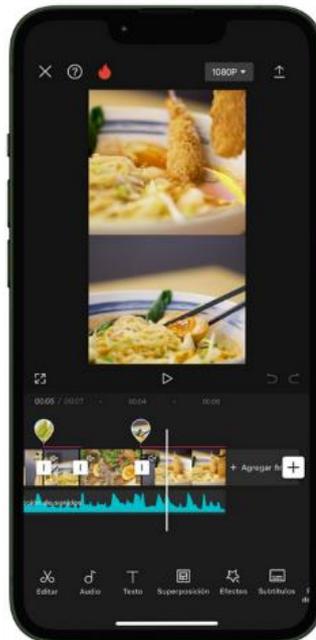
- **Canva:** es utilizada para la creación de diseños de campañas, feeds, dossiers, vídeos, etc. Es una herramienta primordial en la agencia y permite a todo el equipo trabajar de manera eficiente y conjunta.

- **Ilustración 23:** Ejemplo de diseño de feed realizado en Canva para una empresa cliente de Coco Global Media:



Fuente: elaboración propia

- **CapCut:** esta herramienta es utilizada para la edición de vídeos que requieren más efectos especiales y enriquece el contenido audiovisual.
- **Ilustración 24:** Ejemplo de vídeo realizado en CapCut para un reel de Instagram de una empresa cliente de Coco Global Media.



Fuente: elaboración propia

- **Chat GPT:** se trata de una inteligencia artificial que es aplicada para la redacción de textos, escritos, notas de prensa, y otros documentos. Con esta herramienta se asegura una comunicación clara y sin faltas ortográficas.

Estas herramientas técnicas son indispensables para el equipo de Coco Global Media, permite un trabajo profesional y un diseño y creación de contenido impecables.

6.6 Ambiente

En Coco Global Media, el clima laboral es agradable y acogedor, con esfuerzos constantes para mantener un ambiente positivo y colaborativo. Sin embargo, la confianza y la comunicación entre los diferentes departamentos son bastantes débiles. A menudo, la falta de comunicación e información clara puede llevar a malentendidos.

Por esto, es crucial mejorar la comunicación y la confianza entre los departamentos para fortalecer la integración y compromiso de todos.

6.7 Riesgos

En una agencia de marketing y publicidad, una trabajadora puede enfrentar varios riesgos, entre los cuales destacan:

- **Sobrecarga laboral:** las demandas intensas del trabajo, plazos ajustados y muchos proyectos a llevar a cabo. Esto puede provocar mucho estrés y presión por querer cumplir con los objetivos establecidos y estar a la altura.
- **Estrés y presión:** como se ha mencionado anteriormente, la necesidad de cumplir con los resultados esperados y manejar variedad de proyectos al mismo tiempo, puede generar altos niveles de estrés.

- Jornadas laborales extensas: en muchas ocasiones, es necesario trabajar horas extras para completar proyectos o cumplir con los plazos, esto prolonga la jornada y afecta el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.
- Fatiga visual: el tiempo prolongado frente a pantallas puede causar fatiga visual, esto afecta la salud y el bienestar de la trabajadora.

Es fundamental que tanto la trabajadora como la empresa estén conscientes de estos riesgos y tomen medidas para poder gestionarlo de forma correcta. Y es muy importante priorizar el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, esto también hará que el trabajo no sea una sobrecarga y se esfuerce más por hacerlo adecuadamente.

6.8 Dedicación

En Coco Global Media el horario laboral de los trabajadores en prácticas es una jornada intensiva, con un descanso de aproximadamente 15 minutos para comer.

Antes de comenzar la jornada laboral, cada empleado revisa su “checklist” en la plataforma Trello para asegurarse de que todas las actividades del día anterior estén completadas y revisar las pendientes.

Una vez completada esta revisión, se llevan a cabo las actividades por orden de su importancia.

Para las publicaciones de Instagram, se realiza una planificación mensual que determina la cantidad de publicaciones, historias y reels. Posteriormente, se procede al diseño del feed de Instagram y a la redacción de los copys para las publicaciones.

Es frecuente que surjan trabajos inesperados que requieren atención inmediata, lo que implica dejar de lado las tareas en curso para focalizarse en lo prioritario.

Finalmente, una vez completada la tarea, se presenta ante la CEO de la empresa para su aprobación antes de su publicación.

6.9 Integración

Para cumplir con las expectativas del puesto ofrecido, se requieren conocimientos en marketing, diseño, fotografía, edición de vídeo y redacción, principalmente. También se espera que los empleados demuestren habilidades en la planificación estratégica y gestión de proyectos.

A cada empleado se le asigna algunos clientes, lo que implica no solo diseñar un feed acorde a la identidad de cada empresa, sino también planificar las publicaciones en redes sociales, redactar los copys para cada publicación, realizar producción fotográfica y de vídeo necesarias para los reels del feed. Los empleados deben ser capaces de adaptarse a las necesidades de cada cliente.

7. REFLEXIÓN FINAL

Al finalizar mi período de prácticas en Coco Global Media, puedo afirmar que esta experiencia ha sido muy importante para mi crecimiento profesional y personal. Durante el tiempo en prácticas, he tenido la oportunidad de familiarizarme con el funcionamiento interno de una agencia de marketing y publicidad.

He podido aplicar todos mis conocimientos adquiridos durante mis dos años de aprendizaje sobre marketing en un entorno laboral totalmente real. Me he involucrado al máximo en los proyectos que me han asignado, poniendo en práctica todas mis habilidades, y además, también he recibido retroalimentación constructiva para mejorar en todos los aspectos.

Durante mi período de prácticas, he tenido la oportunidad de identificar tanto puntos fuertes como áreas de mejora dentro de la organización. Entre los puntos fuertes, destaco el compromiso con la calidad y excelencia que ofrecen a sus clientes. Y he podido observar el esfuerzo evidente de todo el equipo.

En cuanto a las áreas de mejora, noté la falta de comunicación en algunas situaciones, lo que podría causar confusiones y retrasos en los proyectos.

Para concluir mi trabajo, valoro enormemente los meses que me han enriquecido tanto profesional como personalmente, y estoy eternamente agradecida con todo el equipo por esta experiencia.

8. BIBLIOGRAFÍA

Coco Global Media. (s.f.). Recuperado de <https://cocoglobalmedia.com/>

HubSpot. (s.f.). Cómo crear un análisis PESTEL para tu estrategia de marketing [Blog post]. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-analisis-pestel>

McKinsey & Company. (s.f.). El estado de la IA en 2022 y el balance de media década [Página web]. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/el-estado-de-la-ia-en-2022-y-el-balance-de-media-decada/es>

Ministerio de Economía y Competitividad. (s.f.). Informe ONTSI [Página web]. Recuperado de https://portal.mineco.gob.es/ca-es/comunicacion/Pagines/Informe_ONTSI.aspx

Ministerio de Industria, Energía y Turismo. (s.f.). DAFO: Diagnóstico de Competitividad [Página principal]. Recuperado de <https://dafo.ipyme.org/Home>

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI). (2023). Brújula IA & Big Data 2023 [PDF]. Recuperado de https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2023-02/Br%C3%BAjula_IA_Big_data_2023.pdf

Statista. (s.f.). Statista: El portal de estadísticas para datos de mercado, estudios y encuestas. Recuperado de <https://es.statista.com/>