

We Love Spain Excursions

Sunalini (Sunni) Brown

Daniel García

Anna Grace Araiza

Sevilla, España

17/1/2024-17/5/2024

08 Noviembre 2024

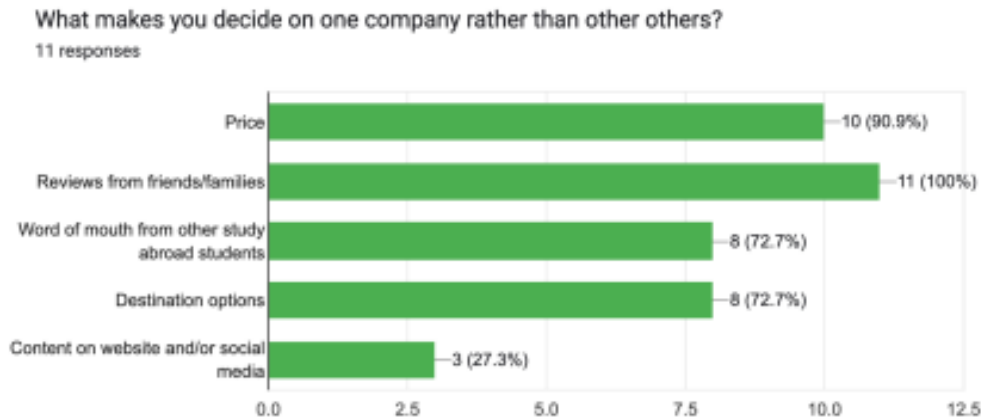
El pasado semestre de primavera, durante mi estancia en Sevilla, España, tuve la increíble oportunidad de sumergirme en unas prácticas internacionales. Trabajé en una agencia de viajes llamada "We Love Spain Excursions", dirigida a estudiantes que viajan al extranjero o participan en programas Erasmus. Planifican viajes completos a lugares como Marruecos, Portugal y otras excursiones de un día por España. En este documento, tengo la intención de reflexionar sobre mi tiempo con We Love Spain Excursions discutiendo mis responsabilidades, lo que he aprendido de mi tiempo en mis prácticas, así como las diferencias en el lugar de trabajo entre España y los Estados Unidos.

Durante mi periodo como empleada, trabajé muy bien con mi jefa Elizabeth, ya que la mayoría de nuestras reuniones las fuimos las dos solas. Una de mis principales tareas era gestionar la cuenta de Instagram de la empresa. Al estar a cargo de la cuenta, mis funciones se extendían a la creación de contenidos diarios, la respuesta a los mensajes de los seguidores/clientes y la creación de tantas publicaciones interactivas como fuera posible para atraer a nuevos clientes potenciales. Como nuestro principal grupo demográfico eran estudiantes universitarios, las redes sociales eran muy importantes. Muchos estudiantes hacían la investigación incluso antes de ir al extranjero para ver cuáles eran las opciones diferentes. Por eso era muy importante hacer que nuestro instagram tuviera una estética y fuera atractivo para todos estos estudiantes. Durante mi proceso de formación, algo que mi jefe me enseñó que tenía que aprender en horas extras fue sobre cómo elegir las fotos adecuadas. Como se trataba básicamente de anuncios, era importante dar prioridad a las fotos que fueran diversas y en las que pareciera que los clientes se divertían y sonreían. Nuestros viajes se planificaban mes a mes, así que podía ver qué viajes se avecinaba y crear contenido de acuerdo con ese calendario. Las publicaciones que creaba eran una mezcla de presentaciones de diapositivas normales, carretes e infografías. Utilicé muchos contenidos

generados por los clientes, de los que hablaré más adelante, pero esto acabó siendo una de las cosas más importantes que aprendí en mis prácticas. También era importante que creara historias interactivas para atraer a nuevos clientes. Esto significa hacer cosas como “Tapas Tuesday” o “This or That”, que utilizan funciones de Instagram que hacen que el seguidor participe en las publicaciones. El objetivo era conseguir la mayor participación posible, porque cuantos más seguidores participaran, más alcance tendría nuestra cuenta con otros nuevos clientes potenciales. Utilicé diferentes fotos y vídeos recopilados/tomados por mi jefe de viajes anteriores para crear los diferentes posts. Ella tenía muy organizado en un google drive con cada viaje y luego las fotos de cada viaje en su propia carpeta separada. Esto hizo que sea muy fácil para mí cuando la creación de puestos y necesitaba 5 fotos o más a la vez. Mi rutina habitual consistía en crear contenidos la semana anterior y luego planificar qué publicar cada lunes durante el resto de la semana. Después de completar el calendario semanal, colocaba cada post en una aplicación que me ayudaba a planificar los posts junto con sus pies de foto. Esta aplicación me resultaba muy útil porque me permitía establecer un calendario para la publicación de las entradas. Por suerte, tuve la oportunidad de asistir a algunos viajes durante mis prácticas. Así que durante estos viajes, traté de recopilar la mayor cantidad de contenido y publicar tanto como fuera posible, lo que hizo las cosas más fáciles. Además, creo que asistir a estos diferentes viajes también me permitió ser mejor empleada. En primer lugar, porque pude mejorar mis buenas relaciones con mis compañeros de trabajo que es muy importante en la cultura de trabajo en España. Fue una oportunidad increíble para trabajar con un grupo tan diverso de personas de tantos lugares diferentes. Esto me permitió ganar perspectivas de diferentes maneras, por lo que estoy muy agradecida. Participar en estos viajes también me ayudó a entender mejor cómo funcionan la empresa y los viajes. Así, a la hora de crear contenidos y subtítulos, tuve experiencias personales que me ayudaron a crear mejores contenidos.

Además de encargarme del instagram de la empresa, también realicé algunos estudios de mercado que me gustaron mucho. Me fascina ver qué hace que los consumidores tomen las decisiones que toman. Y como la mayoría de los consumidores que estudiaba eran mis compañeros de clase y amigos, me resultaba interesante ver en qué se diferenciaban sus preferencias y qué factores podían influir en esos resultados. Como también tomaba clases, hacía que mis amigos y compañeros realizarán diferentes cosas que yo me encargaba de hacer sobre distintos temas. El estudio de mercado era importante para ver cómo atraer mejor a nuevos clientes potenciales. En estas encuestas, hacía preguntas como qué tipo de publicaciones en las redes sociales les atraen a las páginas de cuentas nuevas (publicaciones interactivas, vídeos, reseñas de clientes). Esto fue útil porque, en función de los comentarios de mis compañeros, pude cambiar y adaptar mis publicaciones para hacerlas más atractivas a nuestro mercado objetivo. Después de hacer estos cambios, puede utilizar la función “account insights” de Instagram para ver si los cambios realizados eran útiles o no. Con esta función, se puede realizar un seguimiento de la participación en su página que era importante cuando se mira antes y después de hacer los cambios que se dieron a partir de los comentarios. También creé encuestas sobre lo que buscaban los consumidores a la hora de elegir un para viajes en grupo. Ya fueran cosas como las comidas incluidas, los precios o las diferentes excursiones incluidas. Esto ayudó a mi jefe a decidir cómo avanzar en futuros planes y promociones. En el siguiente gráfico se puede ver un ejemplo en el que la pregunta era "¿Qué te hace decidirte por una empresa en lugar de otras?". El precio es un factor interesante para mí porque tiene sentido que sea uno de los más importantes. Porque algunos estudiantes sólo tienen un presupuesto fijo de lo que pueden gastar durante su tiempo en el extranjero. Para mi jefa era importante asegurarse de que los precios se ajustaban al

presupuesto de los clientes y, al mismo tiempo, eran suficientes para pagar las excursiones y otros gastos. La conclusión nos muestra que el boca a boca es súper importante incluso más que el precio a la hora de elegir con qué compañía viajar.



Durante mis prácticas aprendí mucho, no sólo sobre marketing, sino también sobre la importancia de llegar al público adecuado y sobre el trabajo que requiere. Hubo muchos factores inesperados que me mostraron cuánto trabajo supone. Como he comentado antes, cosas como qué fotos publicar eran algo que al principio no me parecía tan importante, pero luego aprendí de mi jefe que tienen un gran efecto. Otro aspecto en lo que no esperaba adquirir experiencia es en la creación de contenidos. Como esa era la parte principal de mis responsabilidades, podía ser creativa con mis diferentes posts. Durante mi proceso de aprendizaje, tuve que practicar mucho para aprender todas las aplicaciones, ya que algunas no las había utilizado nunca. Por ejemplo, utilizamos Cap Cut para crear reels, algo que nunca había hecho antes. Hacer reels era muy importante porque podíamos seguir las modas del momento, lo que nos ayudaba con el seguimiento. Después de realizar el estudio de mercado, prioricé la creación de entradas para asegurarme de que tenía en cuenta las necesidades de mis clientes retroalimentación dada. Dentro de la creación de contenidos,

también aprendí a hacer vídeos de contenido fue realmente interesante de aprender. Al principio fue difícil porque no tenía experiencia previa, pero después de practicar se hizo más fácil. Algo que me pareció súper importante es participar en las tendencias que estaban de moda en ese momento. Descubrí que esto ayudaba a ganar atracción y actividad en la página de instagram. La mayoría de las veces Caput ya tenía las plantillas hechas, así que simplemente tuve que utilizar nuestro contenido para crear todas juntas, lo que me ayudó mucho con el compromiso.

Gracias a estas prácticas también he aprendido que me gusta mucho el comportamiento del consumidor en el ámbito del marketing. Al realizar el estudio de mercado, me pareció fascinante la forma en que las personas responden a las preguntas y, a continuación, iba más allá para tratar de investigar por qué las personas tomaban las decisiones que tomaban. Incluso entre mis compañeros de programa, era interesante ver si cosas como el lugar de Estados Unidos de donde eran o dónde habían ido a la universidad afectaba a sus decisiones a la hora de rellenar las encuestas. A través de la investigación de mercado también descubrí que uno de los mayores cambios que pude implementar fue la importancia del Contenido Generado por el Cliente. La definición de este concepto es "cualquier tipo de contenido no remunerado creado por sus clientes para promocionar sus productos o servicios"su marca, en lugar de por su propio equipo de marketing"(Consumer generated content (CGC) and how you can benefit from it – CX index).

Básicamente, cuando alguien publicaba un post sobre nuestros viajes o excursiones, nosotros lo utilizamos en nuestras propias redes sociales. Esto ayudó a establecer una buena reputación entre los clientes, porque una vez que veían otros muchos clientes satisfechos con nuestros viajes y servicios, esto luego influirá en que más gente elija nuestra empresa. He aprendido brevemente sobre conceptos como este en mis diferentes clases, pero poder aplicarlo fue muy útil. Durante

los viajes recogía los testimonios de mis propios clientes, que luego utilizaba para crear distintos contenidos y publicaciones, como "entrevistas a clientes", en las que podían dar detalles sobre lo que había hecho que el viaje fuera especial para ellos. Creo que esto nos ayudó a ganar atractivo y a diferenciarnos de otras empresas de viajes. También utilicé reseñas reales de Google o de nuestro sitio web para crear contenido. Puede crear carretes en los que se mostraban varias reseñas a la vez. Esto fue bueno porque había más reseñas honestas de lo mucho que la gente amaba nuestra empresa y la recomendaría a cualquiera que preguntara.

A nivel personal, tener un jefe también me enseñó a comunicarse mejor sin ponerme nerviosa. Al principio, me sentía incómoda preguntando por la flexibilidad de mi horario o haciendo preguntas, pero mi jefe siempre se aseguraba de que me sintiera cómoda haciendo cualquier pregunta o abordando cualquier preocupación. Creo que maduré como empleada porque me vi obligada a mantener conversaciones que eran difíciles al principio. Sin embargo, con el tiempo, se volvieron menos intimidantes con ella. También fue de gran ayuda cuando se trataba de la formación, ya que me guió a través de todos los procesos necesarios. Nunca tuve la sensación de ir a ciegas porque se aseguró de que estuviera preparada, y le estoy muy agradecida por ello. Mi jefa era originalmente de los Estados Unidos, pero se trasladó a España hace 20 años después de su experiencia de estudios en el extranjero durante la universidad y ahora tiene la doble nacionalidad. Fue una experiencia increíble para mí porque tenía una perspectiva única de ambas culturas y de lo que supuso trasladarse a España como estadounidense. Pudo aconsejarme sobre cómo hacer carrera en el extranjero y, siendo empresaria, me inspiró ver su historia de éxito. A pesar de que era americana, estaba claro cómo el estilo de vida y la cultura de trabajo españoles la habían afectado y habían cambiado su perspectiva sobre la forma en que dirige su negocio e

interactúa con sus empleados. Creo que la prioridad de tener una relación cercana con los empleados era muy cierta con mi jefa, ya que se sentía cómoda teniendo conversaciones conmigo sobre temas más personales, lo que creo que es menos común en Estados Unidos. Aunque hablaba inglés, siempre trabajamos en español. Esto era bueno porque si necesitaba ayuda con una palabra o averiguar cómo comunicarse con los demás, ella era capaz de darme sus consejos personales que le ayudó cuando estaba viviendo por primera vez en Sevilla.

Una de las cosas más interesantes de mis prácticas fue notar la diferencia entre los entornos laborales de España y Estados Unidos. Trabajar en España cambió mi perspectiva sobre cómo hacer carrera. Tradicionalmente, en España son más relajados e informales. Por ejemplo, es muy común salir a tomar una cerveza con los compañeros de trabajo durante la pausa para comer, mientras que en Estados Unidos se suele comer solo en la oficina. En mi caso, me pareció interesante que mi jefe y yo nos reunimos a menudo en una cafetería, cafetería o su casa para trabajar en lugar de una oficina. Lo agradecí porque me resultaba más cómodo hacer preguntas. Además, en la cultura hispana es muy común priorizar La relación con los compañeros de trabajo es muy estrecha, y yo me di cuenta de ello. Como la mayor parte del tiempo estábamos solos mi jefa y yo, pude hacerle preguntas sobre su propia historia como empresaria. Otra diferencia es lo flexibles que son con los plazos. Hubo algunos momentos en los que necesité más tiempo para mi tarea y para ella no supuso ningún problema.

En general, me siento muy afortunado por la oportunidad que tuve el semestre pasado en España. Me enseñó mucho sobre competencia intercultural y sobre la importancia del marketing. Creo que las cosas que he aprendido me ayudarán el resto de mi carrera.

Citas de Obras

“Consumer Generated Content (CGC) and How You Can Benefit from It – CX Index.”

Consumer Generated Content (CGC) and How You Can Benefit from It,

cxindex.com/company/blog/consumer-generated-content-cgc-and-how-you-can-benefit-from-it/. Accessed 11 Oct. 2024.