

Plan de mejora VSV EUROGLOBAL

Paula Andrea Bello Morales

Negocios Internacionales

Marco Tulio Ureña Bolaños

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2022

Resumen

En el presente documento se desarrolla un plan de mejora para la empresa VSV EUROGLOBAL, la idea principal de plan de mejora se basa en generar un Marketing Email para la compañía cuyo perfil es bastante compatible con la idea general del marketing email, se darán a conocer los servicios que en este caso brinda la compañía, la idea es generar un templete en donde se compartirá el brochure principal de la compañía. El Mailing, es una herramienta para comunicarse digitalmente con leads y clientes a través del envío masivo de correos electrónicos a una base de contactos. La finalidad de estos correos puede variar, la finalidad principal de VSV es generar una prospección de clientes en donde se ayuda a consolidar a cientos de empresas en la apertura de nuevos mercados y expandir sus fronteras Globalmente.

La idea principal del marketing email, nace a través de conocer a fondo la importancia de mantener un contacto directo con el cliente, a través de analizar las amenazas y debilidades de la compañía, brindando una idea que genere un alto impacto y conocimiento para VSV EUROGLOBAL, esto permitirá que la empresa tenga alta competitividad y lo más importante, se da a conocer de una manera dinámica y profesional.

Agradecimientos

Para mí es un honor presentar mis más sinceros agradecimientos, en primer lugar, agradezco a Dios, por permitirme llegar hasta este momento sana y salva, por brindarme los medios para culminar mi carrera profesional sin ningún tropiezo. A mi madre Andrea Morales, quien dispuso de su dinero, amor y tiempo para permitirme llegar a este momento, agradezco infinitamente por siempre brindarme amor y apoyo en toda mi carrera, sin ti esto no sería posible, gracias por el apoyo incondicional por siempre estar para mí y por creer en mis capacidades.

A mis hermanas en especial a Valeria por siempre brindarme apoyo y ayudarme a seguir de pie, a mi Luciana que llegó en el momento indicado y me dio muchas más ganas de seguir y brindarle un motivo para que se sienta orgullosa de mí. A mi abuela por siempre ser el motor principal de mi familia, por las madrugadas y por el apoyo incondicional lleno de amor y mucha sabiduría.

A la universidad Santo Tomás por acogerme en sus instalaciones y por permitirme cumplir uno de mis grandes anhelos, ser profesional. A VSV EUROGLOBAL, agradezco enormemente a esta gran compañía, aprendí demasiado de la mano de Elías Díaz mi jefe directo, me acompañó en cada paso, me brindó un apoyo incondicional para culminar mi pasantía en la empresa de la mejor manera, a Miguel Tejada quien desde el principio se mostró muy interesado en mi perfil, quien movió todos los medios para que yo hiciera parte de VSV EUROGLOBAL, mis más sinceros agradecimientos por apoyarme hasta el final.

Introducción

El email marketing es una estrategia del marketing que se utiliza principalmente para generar un conocimiento masivo de un producto, servicio o empresa por medio de campañas generadas por correo electrónico, se utiliza con bases de datos o contactos directos de la empresa, es considerado como una estrategia de comunicación digital o un marketing directo, principalmente se enfoca en enviar mensajes con la finalidad de llamar clientes, aumentar ventas y generar confianza en este caso de la empresa.

Para VSV EUROGLOBAL, es indispensable crear un vínculo directo con el cliente final, teniendo en cuenta que esta compañía se dedica principalmente a conectar y consolidar a cientos de empresas en la apertura de nuevos mercados expandiendo fronteras globalmente, por ello esta estrategia de marketing brindara comunicación y entrada a nuevos clientes esto con el fin de generar un crecimiento en cuanto al alcance virtual que puede generar cada campaña creada por correo electrónico, una búsqueda masiva de clientes de diferentes campos de acción puede ayudar a mantener un impacto positivo a la hora de unir los aspectos favorables del email marketing.

Teniendo en cuenta lo anterior, en este trabajo encontrará una solución favorable para brindar un alcance positivo y masivo a la hora de dar a conocer una empresa, VSV EUROGLOBAL, dándose a conocer con más detalle la estrategia central de este plan de mejora y conociendo paso a paso el progreso de cada campaña por medio de la comunicación virtual que brinda esta estrategia.

Contenido

Resumen	2
Introducción	4
Aspectos Generales.	7
Misión y visión:	7
Valores:	7
Logo:	7
Ubicación Geográfica.	7
Estructura Organizativa	7
Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.	8
Área de Mercados Internacionales	8
Análisis DOFA.	8
Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	9
Planteamiento central	9
Importancia limitaciones y alcances de su trabajo.	10
Objetivos	11
Objetivo General:	11
Específicos	11
Contenido Plan de Mejora	12
Propuesta de Mejora	12
Conclusiones	14
Bibliografía	15
ANEXOS	16
Seguimiento de práctica profesional	17
Programación de actividades	17

PLAN DE MEJORA VSV	6
Cumplimiento de objetivos trazados por mes	18
Ciclo 1	19
Ciclo 2	19
Ciclo 3	19
Ciclo	19

Aspectos Generales.

Misión y visión:

VSV EuroGlobal tiene como misión llegar a ser una de las mayores consultoras del mundo. Ofreciendo servicios para la internacionalización de empresas a otros países, en diversos sectores.

Valores:

Profesionalidad, calidad, trato directo al cliente, respeto medioambiental, respeto laboral.

Logo:



Nota. Logo de la compañía multinacional VSVeuroglobal Recuperado de

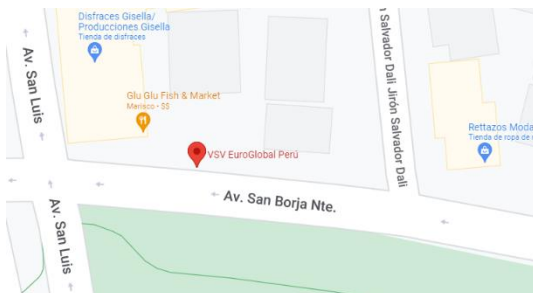
<https://www.vsveuroglobal.com/>

Ubicación Geográfica.

VSV EUROGLOBAL, se ubica en San Borja, Perú, más precisamente en Av. San Borja

Nte. 1014, Cercado de Lima 15037, Perú

Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 1:
Ubicación Geográfica



Estructura Organizativa



Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

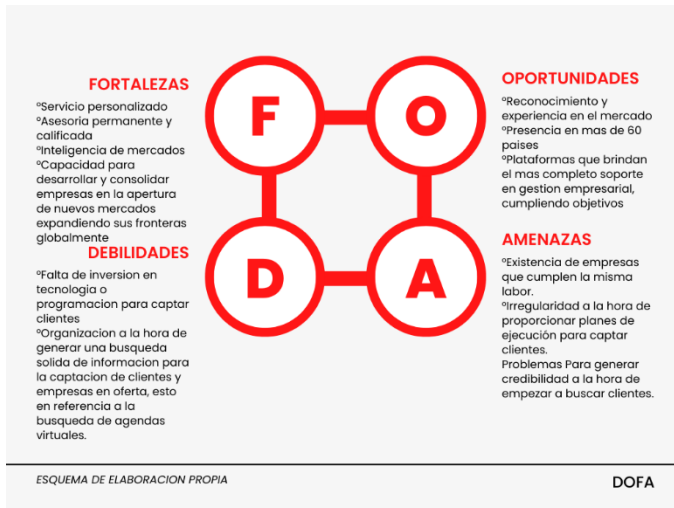
Área de Mercados Internacionales

Según la estructura organizativa, se evidencia que mi función está arraigada a el área de Mercados Internacionales, cuya función principal es generar un seguimiento de prospección de clientes, creando agendas virtuales por medio de canales digitales como Gmail, llevar un seguimiento de llamadas, correos y búsquedas de empresas, según el sector deseado por la empresa.

Análisis DOFA.

Se realiza la revisión de las actividades....

Ilustración 2: DOFA.



Nota. Se describe cada una de las características para poder realizar un análisis DOFA.

Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Planteamiento central

Considerando que VSV EUROGLOBAL, es una compañía que busca ofrecer, desarrollar y ejecutar de forma integral un plan de internacionalización y comercio exterior para las empresas, es indispensable mantener una estrategia fuerte y completa para la captación de clientes

Con el análisis DOFA, fue posible identificar ciertas debilidades que presenta la compañía a la hora de generar el tema principal de mi función en la compañía, se identificó un posible problema para generar la búsqueda positiva y eficaz de prospectos de clientes,

por ello se planteó una estrategia de marketing muy útil para brindar solución oportuna a esta debilidad, el email marketing es una estrategia de comunicación digital, entra dentro de las acciones del marketing directo, para tener más claro y definir el problema principal de cada factor encontrado en el DOFA, hablando de debilidades y amenazas se puede desglosar lo identificado de la siguiente manera.

La falta de estrategias para generar una búsqueda ideal de las necesidades de cada cliente que busca la empresa para abrir su mercado en otros países, puede ser un problema de organización que retrase los resultados que el cliente desea obtener por medio de VSV EUROGLOBAL, es necesario implementar diferentes estrategias para dar solución a esta debilidad y así generar un impacto positivo a la hora de brindar el servicio a cada compañía que confía en el desarrollo de las estrategias que brinda VSV para la necesidad de cada cliente.

Importancia limitaciones y alcances de su trabajo.

Considerando el punto anterior, mi rol en la compañía es generar un acercamiento por parte de la empresa a los clientes, tiene una relación directa con la búsqueda de posibles clientes y además manejar las agendas que se encuentren abiertas, la búsqueda de posibles alianzas para mejorar las estrategias de futuras empresas, brindando una estrategia clara y concisa para generar la prospección deseada.

Durante el desarrollo de la práctica, pude evidenciar que hay una desorganización muy grande en cuanto al tema principal de mi función, a pesar de que utilice los medios que la empresa me brindó para generar la búsqueda y captación de clientes, no eran lo suficientemente eficaces para generar cada reunión, a la hora de cumplir mi función las

empresas no brindaban información concisa para cerrar reuniones importantes, ya que no tenía contacto directo con la persona investigada por la compañía, esto generó una limitación muy grande a la hora de mi desempeño ya que no era nada fácil hablar con las empresas y que se pudiera cerrar un acuerdo importante, este fue el limitante más grande que se tuvo en la pasantía en general.

Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar un plan de mejora que le permita a VSV EUROGLOBAL, implementar una estrategia de marketing para poder aumentar su reconocimiento, teniendo en cuenta las necesidades de cada posible cliente, entendiendo todas las oportunidades que brinda el mercado, además por medio de una base de datos muy completa en donde se podrá tener un catálogo de las mejores empresas para identificar oportunidades de negocio entre posibles clientes, sumando el marketing mail generando campañas masivas compartiendo así diferentes propuestas para abrir mercados con diferentes estrategias.

Específicos

1. Hacer visible, las oportunidades que implica generar una estrategia de marketing mail para la compañía.
2. Identificar por medio de herramientas del marketing la viabilidad de generar campañas por email, teniendo en cuenta si estas estrategias son adecuadas para la compañía
3. Diseñar una base de datos apta para generar un catálogo de diferentes empresas de distintos sectores importantes de la industria, buscando facilitar la búsqueda de

dichas empresas para poder concretar distintas oportunidades en el mercado.

Contenido Plan de Mejora

Propuesta de Mejora

Analizando el DOFA, específicamente en las amenazas y debilidades de VSV EUROGLOBAL, se llega a la conclusión que la debilidad que más impacto negativo genera en la organización, a la hora de implementar una búsqueda sólida de información, para la captación de clientes y empresas interesadas en adquirir los servicios especializados de la compañía.

Se ha propuesto el siguiente plan de mejora, para impulsar el mejoramiento de los procesos de la empresa, crear una base de datos sólida en donde se recolectan empresas de diferentes sectores de la industria alimentaria, en este caso peruana, en donde se pueda generar un catálogo de todas las empresas con su respectivo sector e información importante de la compañía, esto con el fin de crear diferentes conexiones con empresas internacionales en el presente caso, empresas españolas que quieran generar alguna alianza con empresas peruanas, además, el principal canal de comunicación directa con las compañías será vía EMAIL, es por esto, que se crearán campañas por medio de una estrategia de marketing muy importante e innovadora, tal como lo es el Marketing Mail, esta estrategia tiene como objetivo principal, generar campañas masivas, en donde se envían una serie de plantillas dando a conocer la compañía, por medio de una breve presentación corporativa y así generar un reconocimiento importante.

Se pueden enviar de 300 a 400 correos en un determinado tiempo, esta estrategia ayudará a que VSV euroglobal pueda generar un alcance positivo en cada una de las compañías difundidas, de cada campaña se espera una respuesta por cada empresa de al menos 40 o 50 compañías en la primera campaña, ya después de seguir promoviendo el marketing mail en la empresa, se generará un impacto mayor de respuesta, entre 100 y 200 respuestas por campaña, de igual forma la ventaja de esta estrategia para VSV euroglobal puede ser muy importante ya que por medio de las bases de datos y el catálogo se verá más organizada esta búsqueda de clientes interesados en que VSV euroglobal los represente en sus labores de consultoría.

Para el cumplimiento de dicha propuesta se sugiere tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Conocer las necesidades de la compañía que busca implementar su mercado en otros países.
2. Implementar ideas estructuradas a la hora de generar Salesforce y seguimiento de compañías, ya sea, vía telefónica o email.
3. Generar efectividad en los servicios brindados por la compañía, brindando una respuesta óptima, según la necesidad del cliente.

Una vez se empiece a implementar el plan de mejora, se podrá evaluar la importancia de incluir el email marketing en la compañía, debido al alcance que se puede generar, siguiendo las recomendaciones brindadas para poner en marcha el plan de mejora.

Conclusiones

Se logró identificar por medio de la implementación del marketing mail, estrategias que brindaron ayuda al proceso de prospección de clientes de la compañía, haciendo visible la importancia de ejecutar un método actual del marketing, por medio de herramientas que facilitaran el proceso de la idea principal inicial.

Se logró fortalecer las debilidades identificadas gracias a la aplicación de un análisis DOFA, encontrando ideas interesantes para generar un impacto positivo en diferentes ámbitos de la elaboración de la práctica profesional, se obtuvieron resultados de alto impacto y así se pudo seguir trabajando en crear estrategias viables a futuro para que se puedan desarrollar a corto y largo plazo.

Se desarrolló junto con la empresa una base de datos sólida en donde se recopiló información importante del sector alimenticio de Perú, en donde se recolectó información importante, para poder generar el envío masivo de correos electrónicos, por medio de campañas creativas, cabe resaltar que la empresa apoyó desde el inicio la idea general del plan de mejora, por ello facilitó los medios de investigación, brindando bases de datos actualizadas e ideas para generar nuevas bases de datos mucho más sólidas y estructuradas, esto fue de gran motivación ya que la idea brindada se apoyó desde el inicio y se vio reflejado en los resultados que obtuvo el plan de mejora.

Por último, el acompañamiento que brindó la empresa en todo el proceso permitió que el plan de mejora fuera muy organizado, ya que estas mejoras fueron una pequeña contribución hacia la empresa debido a que me permitieron realizar la práctica profesional, crecer notablemente como profesional brindando experiencia para los nuevos retos que se presenten, logrando la ejecución de dicha idea identificando así la importancia del

marketing y sus estrategias en la empresa, contribuyendo a que de manera continua mejoren los procesos de Salesforce y prospección de clientes ofreciendo un mejor servicio.

Bibliografía

Chittenden, L., & Rettie, R. (2003). An evaluation of e-mail marketing and factors affecting response. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 11(3), 203-217. <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.jt.5740078>

Merisavo, M., & Raulas, M. (2004). The impact of e-mail marketing on brand loyalty. *Journal of Product & Brand Management*.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10610420410568435/full/html>

Emailing: Que es y para que sirve. (2021, 12 de mayo). Blog de Salesforce. <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/05/emailing-que-es.html#:~:text=El%20emailing,%20o%20email%20marketing,un%20nuevo%20producto%20o%20marca>

VSV EuroGlobal. (2010, 4 de agosto). VSV EuroGlobal. <https://www.vsveuroglobal.com/quienes-somos/>

ANEXOS

Template original enviado vía correo, en donde se daba a conocer información importante de la compañía, como por ejemplo, historia, servicios y oficinas en diferentes países.



EXPERTOS EN INTERNACIONALIZACION
COMERCIO EXTERIOR

VSV EuroGlobal es una empresa experta en consultoría internacional.

Elaboramos, desarrollamos y ejecutamos de forma integral el Plan de Internacionalización y Comercio Exterior.
Podemos ayudarte por ejemplo:

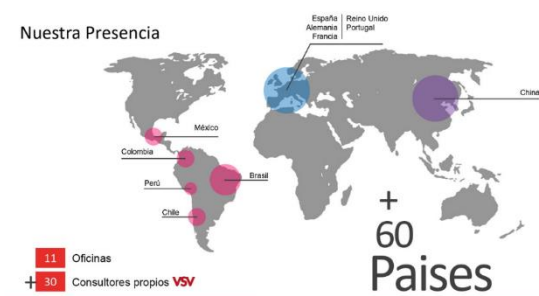
Análisis de la situación de la empresa.	Selección de países objetivos.	Estrategias de entrada en mercados internacionales.
Selección de personal en el caso que hiciese falta.	Asesoramiento Comercial Internacional.	Plan económico y financiero.
Apoyo en viajes internacionales.	Contratos internacionales.	Evolución de la estrategia de entrada.
Dirección de proyectos de implantación internacional.	Gestión de exportación, e importación.	Agenda comercial virtual.

Estamos presentes con oficinas propias en:

INTRO SERVI CASO CORTAO

INTRODUCCIÓN

Nuestra Presencia



+ 60 Países

11 Oficinas
+ 30 Consultores propios VSV

VSV EUROGLOBAL



Esquema de elaboración propia

Seguimiento de práctica profesional

Programación de actividades

Se hace inicio a la práctica profesional en abril del 2022 en la compañía VSV EUROGLOBAL, el consultor Miguel Tejada fue quien me dio la bienvenida a la empresa, las prácticas fueron virtuales ya que la compañía se encuentra ubicada en Perú, me indico las funciones que haría bajo el cargo de área de mercados internacionales.

La segunda semana se me asignó el manejo de la agenda virtual de una compañía llamada Marina textil compañía Española , quienes querían abrir mercado en Perú, el manejo de la agenda era básicamente enviar correos del brochure de Marina textil a compañías Peruanas que requirieron los productos principales de la compañía, todo esto se realizó en compañía de Miguel Tejada y Elías Diaz, a partir de las 3 siguientes semanas yo continúe el seguimiento de la agenda sola, ya que ya tenía el conocimiento para llevar la agenda y así ir coordinando reuniones y metas trazadas.

En el segundo mes, se me asignó otra agenda comercial de la compañía Holidays Snacks, quienes querían crear alianzas de ventas con empresas peruanas, para expandir su mercado, esta agenda se manejo durante el mes dos y mes tres, logrando las reuniones que quería la compañía según el contrato firmado con VSV, también se inició a crear la idea de plan de mejora desde el mes 2 y se iba trabajando en el mes 3.

En el mes cuatro, se me asignó la elaboración desde cero de una base de datos, donde tenía que investigar las empresas de alimentos en Perú que no tengan exportaciones en España, esta base de datos debía contener varios ítems e información verificada, también se realizó un catálogo de estas empresas para poder enseñarlo en España a prospectos de

clientes, desde el mes 2 la empresa me dio mucha libertad para desarrollar mis tareas diarias, ya que demostré un excelente cumplimiento de ellas desde el principio.

Cumplimiento de objetivos trazados por mes

Ciclo 1

El primer ciclo de la práctica profesional, inició el 8 de abril del 2022, durante este periodo de 3 semanas o el primer mes, de la mano de mis superiores, llevaba el seguimiento de una agenda comercial, en donde tenía que completar 3 reuniones de 5 pactadas, en el transcurso del mes se fue alimentando vía correo electrónico, llamadas internacionales esta agenda para así ir adelantado dichas reuniones.

Ciclo 2

El segundo ciclo, inició el 8 de mayo y finalizó el 8 de junio de 2021. En este mes continuaba haciéndole seguimiento a la agenda comercial de Marina Textil, también se me asignó una segunda agenda comercial, esta era para la empresa Holidays snacks, debía conseguir una reunión más para completar esta agenda con éxito, debido a que la mayoría de compañías peruanas estaban en home office, fue algo complicado generar esa última reunión pero al final se logró, en este mes también inició la búsqueda de ideas para el plan de mejora, con éxito se llegó junto con mis superiores a la idea principal de el plan de mejora el Marketing Mail.

Ciclo 3

El ciclo 3 inició el 8 de junio y finalizó el 8 de julio de 2022. En este ciclo se dio enfoque principal a el Marketing Mail, para poder llevara a cabo la idea del mismo se me asignó crear una base de datos sólida, con información específica del contenido de esta, para ir enviando el template creado y así ir mirando qué visibilidad tenían los correos,

también continúe con la agenda comercial de Marina Textil, por medio de llamadas, correos, mensajes por LinkedIn, entre otros.

Ciclo 4

El cuarto y último ciclo de la práctica profesional inició el 8 de julio y culminó el 8 de agosto de 2022. En este ciclo inicié a crear la base de datos con enfoque en empresas de alimentos en Perú que no exporten sus productos a España, también se me otorgó la responsabilidad de crear un catálogo en el que debían ir las empresas que estaban en la base de datos, ambas tareas fueron llevadas a cabo y culminadas con éxito.