

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

Informe de prácticas empresariales en Global Trading & Electronic Equipment S.A.S.

Autoría:

Jorge Andrés Lemus Lizarazo

Trabajo de grado

Para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales

Dirigido por:

Julián Arturo Méndez Amaya

Universidad Santo Tomas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá

ÍNDICE

Resumen.....	3
Agradecimientos.....	4
Introducción.....	5
GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT S.A.S.....	6
1.1 Aspectos generales.....	6
Misión.....	6
Visión.....	6
Valores.....	6
1.1.2 Ubicación geográfica.....	6
1.1.3 Estructura organizativa.....	7
1.1.4 Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica.....	8
1.1.4.1 Análisis DOFA.....	8
1.1.4.2.1 Fortalezas.....	8
1.1.4.2.2 Oportunidades.....	9
1.1.4.2.3 Debilidades.....	9
1.1.4.2.4 Amenazas.....	9
Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales.....	10
2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.....	10
2.2 Importancia, limitaciones y alcances de su trabajo de prácticas profesionales.....	10
2.3 Objetivo general:.....	11
3.1 Propuesta de mejora.....	12
3.2 Conclusión.....	15
4.1 Seguimiento de la práctica profesional.....	17
4.1.1 Programación de actividades realizadas.....	17
4.1.2 Cumplimiento de objetivos trazados.....	18
Ciclo 1.....	18
Ciclo 2.....	19

Resumen

El presente informe se presenta como opción de grado para obtener el título de profesional en negocios internacionales; el informe tiene por finalidad evidenciar y describir, de manera objetiva y profesional, la labor desempeñada en la empresa *Global Trading & Electronic Equipment* en ejercicio del cargo de representante comercial y mercadeo, en el área nacional e internacional. Se analizarán las contribuciones realizadas en el tiempo que se desempeñaron las funciones, y como se estructuraron los conocimientos aprendidos durante su etapa académica dentro de la empresa.

A través de la propuesta de mejora, se busca brindar herramientas a la empresa para el crecimiento a través del tiempo, y la eficiencia en algunos procesos donde se desarrolló la práctica. Es importante resaltar las funciones desempeñadas, las dificultades encontradas durante el desarrollo de la práctica. Finalmente, reflejar las experiencias aprendidas y proponer estrategias para el mejoramiento de la organización cuando la relación comercial culmine.

Agradecimientos

Un sincero agradecimiento a mi familia, por su apoyo incondicional y fortaleza en momentos de vulnerabilidad en distintas situaciones encontradas a lo largo del camino.

A la empresa Globaltee por abrirme las puertas, por brindarme la confianza para desarrollar mis capacidades con total libertad y las herramientas para desempeñar el cargo. Al señor Rubén Darío Hernández (Gerente general) quiero expresarle mi agradecimiento total por los conocimientos transmitidos y por permitirme conocer más acerca del sector. A mi compañera Wendy Ávila por el apoyo brindado a lo largo del desarrollo de la práctica. Quiero hacer una mención especial al profesor Julián Arturo Méndez Amaya por su acompañamiento en la elaboración de este informe profesional.

Por último, a la Universidad Santo Tomás y su comunidad docente, por formar profesionales integrales direccionados al análisis cultural de los mercados internacionales, que sin duda será un factor diferenciador en el futuro.

Introducción

El sector estético es uno de los sectores con más crecimiento pronosticado en el mediano plazo, esto es consecuencia de la tendencia del cuidado personal, presentada a nivel global. En el mundo son cada vez más las personas que buscan transmitir un mensaje a través de su apariencia, tanto así, que este elemento se ha convertido en un factor fundamental en escenarios laborales, académicos y sociales.

Este fenómeno ha ido aumentando a través de los años, de tal forma que encontramos más profesionales de la salud que optan por especializarse en cirugía plástica, medicina estética, dermatología o afines. El crecimiento es tan alto que Globaltee evidenció una oportunidad comercial en el mercado. En Colombia, el sector que comercializa equipos de uso médico – estético posiciona a unas pocas marcas con una trayectoria amplia, pero que han abusado de su solitaria posición para establecer precios altos. Consecuentemente, los clientes solo tienen la opción de adquirir equipos financiados; esta opción no les permite obtener la rentabilidad deseada en el corto plazo.

De tal manera, que la empresa Globaltee tiene como objetivo ingresar al mercado con tecnología de punta, con precios asequibles que le permitan al consumidor ideal adquirir tecnología de la más alta calidad y, además, desea priorizar una atención comercial de calidad para aumentar el número de clientes en el mediano plazo, junto con su fidelidad.

A través de la aplicación de los conocimientos aprendidos en la carrera de negocios internacionales, se busca incrementar la eficiencia de estrategias que actualmente utiliza la empresa para posicionarse en el mercado, y así, desarrollar un rol fundamental dentro de la empresa.

GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT S.A.S

1.1 Aspectos generales

Misión

“En Globaltee hacemos que siempre estés al alcance de los equipos de estética y médicos más novedosos, seguros y eficientes del momento, con la más alta tecnología y la mejor calidad del mercado.” (GLOBALTEE, 2021)

Visión

“Queremos que Globaltee sea referente mundial de desarrollos tecnológicos propios e innovación de nuevos equipos médico-estéticos. Liderando así las ventas en los 5 continentes, permitiendo generar más de 1.000 empleos e impactando positivamente la vida de nuestro capital de trabajo.” (GLOBALTEE, 2021)

Valores

1. Honestidad dentro y fuera de la organización.
2. Responsabilidad con nuestros compromisos con los clientes.
3. Trabajo en equipo para lograr resultados óptimos
4. Calidad en nuestros equipos tecnológicos.
5. Transparencia en la comunicación con nuestros clientes y los miembros de nuestra organización.

1.1.2 Ubicación geográfica

El presente informe fue realizado en las instalaciones de la empresa Global Trading & Electronic Equipment ubicada en la ciudad de Bogotá. Localidad de Usaquén, de dirección

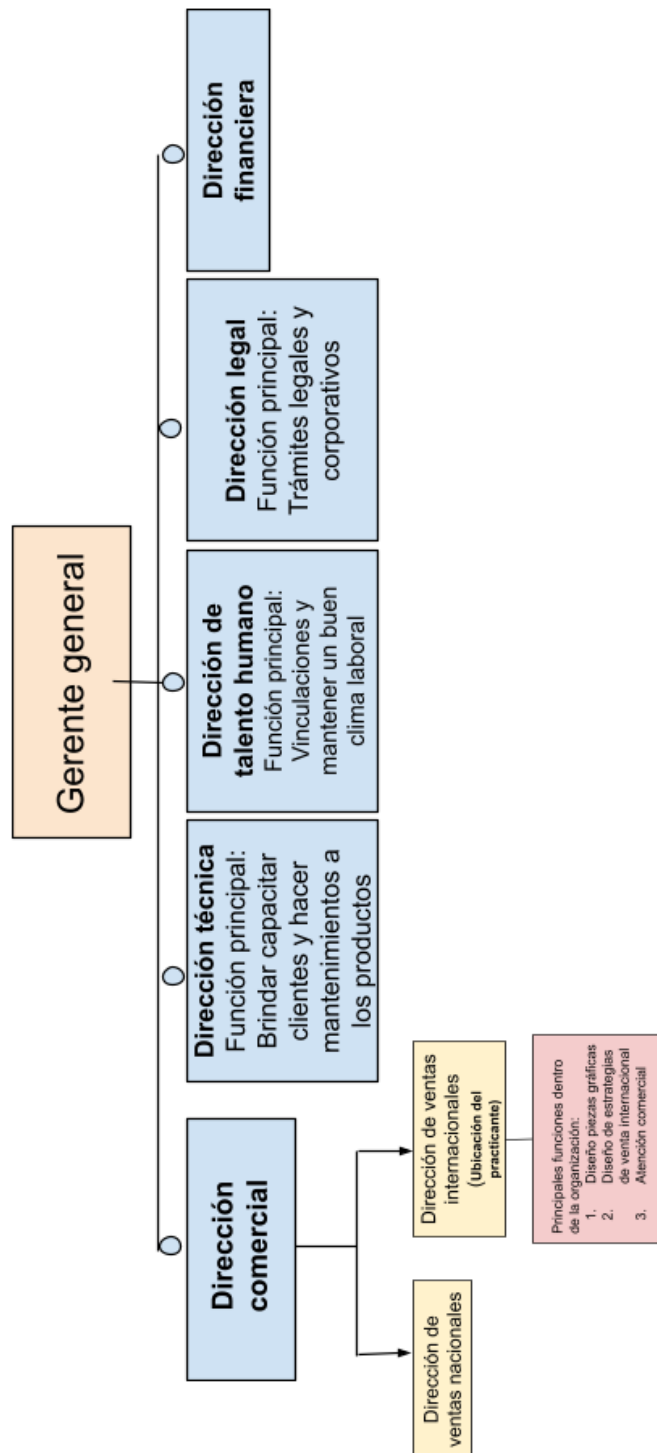
PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

Cra15 #116 – 36 Centro Comercial StarCo. Oficina 407.

Google maps: <https://goo.gl/maps/kGx9JB7GR3BeKGEe6>

1.1.3 Estructura organizativa

Figura 1. Estructura corporativa GLOBALTEE



PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

Dentro de la estructura organizacional de la empresa GLOBALTEE se ocupó el cargo de representante comercial a nivel internacional. El cual responde directamente al gerente general de la empresa.

1.1.4 Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica

La empresa Globaltee desempeña su objeto social en el sector de venta de equipos de uso médico – estético para el cuidado de la salud y la apariencia personal.

La práctica es desarrollada en el departamento comercial y mercadeo. En este caso en específico, será un departamento unificado, las funciones estarán divididas dentro del marco comercial y mercadeo. Su objetivo principal es la prospección, gestión y acompañamiento de clientes para el crecimiento exponencial de la compañía.

1.1.4.1 Análisis DOFA

1.1.4.2.1 Fortalezas

- Personal con experiencia en el sector estético, con conocimientos en el área de negocios internacionales que aportan de manera significativa al crecimiento de la empresa.
- Aplicación de los conocimientos adquiridos en la academia como marketing, gestión de proyectos, logística y comercio electrónico.
- Diversificación de diferentes fuentes de prospección para aumentar el alcance de las campañas comerciales.
- El constante aprendizaje que se obtiene de la interacción con los clientes, para el mejoramiento de procesos dentro de la empresa.

1.1.4.2.2 Oportunidades

- Aprovechamiento de los recursos digitales dispuestos por la empresa para aumentar el número de clientes potenciales.
- Investigación sectorial centrada en la competencia, donde se puede obtener información valiosa a través del estudio continuo, subyacente a la elaboración de estrategias.
- Disposición de recursos digitales para el estudio de mercados.
- La coyuntura actual a nivel mundial, que afecta al sector de la medicina estética, se clasifica como una oportunidad para destacar como una empresa innovadora, a través, de estrategias que impacten al cliente final.

1.1.4.2.3 Debilidades

- La compañía tiene una corta trayectoria en el mercado, por lo tanto, no existen protocolos, parámetros o lineamientos establecidos para el desempeño del cargo.
- Falta de experiencia en cargos comerciales.
- Recursos humanos limitados, consecuentemente, los empleados desempeñan labores de varios departamentos, lo que se puede trasladar en falta de organización.
- Falta de comunicación asertiva por parte de los actores dentro de la organización. Lo cual puede retrasar los procesos comerciales de la empresa.
- Gestión logística de la compañía al momento de importar los equipos.

1.1.4.2.4 Amenazas

- Tiempo limitado por el contrato de aprendizaje.
- Cierres continuos debido a la situación coyuntural, lo cual genera incertidumbre en el mercado.

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

- Incertidumbre financiera que afecta directamente el comportamiento de los actores nacionales e internacionales, por tanto, dificulta el proceso al ser el ámbito global un escenario cambiante.
- Falta de reconocimiento en el sector, lo cual aumenta el nivel de dificultad al momento de vender un equipo o negociar con una empresa distribuidora en el exterior.
- Desconocimiento parcial del cliente potencial en el exterior.
- Barreras idiomáticas.
- Barreras burocráticas, debido a las diferentes regulaciones con las que cuenta cada país.

Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.

El objetivo principal de la empresa Global Trading & Electronic Equipment es la venta de equipos de uso médico para profesionales de la salud especializados en el mejoramiento estético a través de procedimientos invasivos y no-invasivos. Este objetivo se desarrolla a través de campañas por medio de Instagram y Google Ads, por los cuales ingresan los clientes potenciales de la compañía.

La siguiente propuesta de mejora pretende aumentar el alcance de las campañas, estableciendo mejores estrategias en el departamento de marketing y estandarizando los protocolos para el departamento comercial, con el fin de obtener mayor uniformidad en la atención al cliente.

2.2 Importancia, limitaciones y alcances de su trabajo de prácticas profesionales.

Constituye un reto pertenecer a una compañía con poca trayectoria desde su fecha de constitución, la cual enfrenta retos y limitaciones específicas que afectarán directamente el objeto social de la empresa. Así mismo, la labor que se desempeñó como practicante dentro

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

de la empresa se vio limitada por factores como el acceso a la información, acceso limitado a recursos financieros de la compañía y finalmente, la ineficacia en el desarrollo de la practica por falta de procesos establecidos dentro de la empresa que, de ser implementados, pueden incrementar la eficiencia en varios departamentos.

Al desempeñarse el cargo de representante comercial internacional se evidencian varias amenazas que dificultan el proceso de internacionalización de la empresa Globaltee como, por ejemplo, las barreras idiomáticas y administrativas, más específicamente en ámbitos de investigación de mercados para la sustracción de información que ayudará a la empresa a conocer los mejores canales de venta en el exterior.

Adicionalmente, la labor de internacionalización se vio retrasada debido a los esfuerzos continuos de posicionamiento de la marca en el mercado local. Por otra parte, se puede considerar una debilidad importante la falta de experiencia en temas comerciales.

Finalmente, constituye una limitación para el cargo desempeñado dentro de la empresa aquellos factores que están fuera del alcance de la empresa. El ejemplo más claro es el hito histórico por el cual la sociedad contemporánea mantiene una incertidumbre que afecta a los actores económicos globales.

2.3 Objetivo general:

Elaborar estrategias enfocadas en aumentar el alcance de las campañas, a través de la diversificación de canales de venta. A su vez, estandarizar los protocolos del departamento comercial, con el fin de obtener una mayor uniformidad en la información suministrada y la atención al cliente.

2.3.1 Objetivos específicos:

- Investigar y evaluar canales de venta internacional, como comercios electrónicos y

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

redes sociales, para la exposición de los productos y la imagen de la compañía.

- Reconocer los mercados potenciales a nivel Latinoamérica según las tendencias, el poder adquisitivo y la trayectoria de la competencia en las respectivas posiciones geográficas.
- Estandarizar los protocolos de gestión de las campañas de alcance, con el fin de dar uniformidad a la información suministrada y adicionalmente, mejorar la satisfacción del servicio al cliente.

3.1 Propuesta de mejora

La propuesta de mejora para la empresa Global Trading & Electronic Equipment S.A.S sugiere la implementación de estrategias, que al ser desarrolladas de forma más profunda pueden conducir a obtener un reconocimiento en el sector, y posteriormente, el incremento del alcance de las campañas a nivel internacional.

Con base en los objetivos planteados en el numeral **2.3.1**, la propuesta de mejora abordará dos importantes procesos en el puesto desempeñado por el representante comercial a nivel internacional en la empresa.

Para la realización de estas mejoras fue necesario estudiar con detenimiento el impacto y el beneficio que tendrían dentro de la empresa, tanto a nivel corporativo, como a nivel comercial y su relación con el entorno, las cuales se describirán a continuación:

Comercios electrónicos y su importancia comercial

Global Trading & Electronic Equipment es una empresa de corta trayectoria en el sector de comercialización de equipos de uso estético, por lo tanto, su capacidad de

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

producción e importación se ve limitada por su flujo de caja y sus recursos financieros para financiar estas actividades.

En primera instancia, se desarrolló una investigación general de los comercios electrónicos más conocidos a nivel mundial; elementos determinantes como el número de visitantes, el número de empresas ofertantes y la facilidad de registro fueron algunos de los aspectos que se tuvieron en cuenta. Una vez examinados aquellos comercios electrónicos que cumplían las condiciones, se incluyó un factor de clasificación, ¿En qué comercios electrónicos se ubican los clientes potenciales de la empresa? Consecuentemente, el número de comercios electrónicos estudiados disminuyó notablemente.

A través del estudio de la competencia se determinó los mejores comercios electrónicos para aumentar la visibilidad de los productos de la empresa, es decir, el comercio electrónico que contara con productos similares al de la empresa se clasifica como apto. Sin embargo, después de avanzar con el registro de los comercios electrónicos seleccionados, se presentaron varias dificultades que no permitieron el avance de la propuesta. El primero, es el número de barreras administrativas que estos sitios online requieren para ser ofertante. Al ser Globaltee, una empresa relativamente nueva, estas barreras impidieron el acceso al uso de muchas plataformas. Por otra parte, la falta de reconocimiento en otros comercios electrónicos disminuye la confianza del consumidor, por lo tanto, no hay movimiento de inventario. Finalmente, en los comercios electrónicos más localizados, al momento del registro se requiere presentar datos o documentos nacionales, que solo poseen las empresas que operen en esa geolocalización.

Para generar un aumento en el reconocimiento y mejorar las ventas a nivel internacional es necesario tener en cuenta que en el corto plazo los comercios electrónicos

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

no son la mejor alternativa de venta. Sin embargo, a mediano y largo plazo cuando la empresa tenga una mayor capacidad de producción y haya creado una trayectoria importante en el mercado, los comercios electrónicos se identifican como un canal fundamental de comunicación y comercialización con los clientes en el exterior.

Con el fin de desarrollar la estrategia propuesta de forma propicia, la empresa debe designar, en su momento, a un empleado encargado de gestionar las plataformas de venta. El empleado debe centrar su atención en el servicio al cliente por los canales de comunicación correspondientes, debe estar atento a los constantes cambios en las políticas de los comercios electrónicos y finalmente, debe contar con experiencia suficiente en el área comercial para gestionar un gran número de contactos, simultáneamente.

Estandarización de la información y gestión de campañas de Marketing,

La empresa utiliza los canales de venta como Instagram y Google Ads para la venta de los equipos a nivel nacional e internacional, por tal motivo, una tarea particular que se asignó fue el desarrollo de piezas gráficas para la atracción de clientes potenciales en Instagram, estas piezas gráficas debían ofrecer la mayor cantidad de información posible para generar nuevos mensajes.

Adicionalmente, se diseñó dentro de las labores de la práctica, la gestión de los clientes internacionales que ingresaban por Instagram. Principalmente, se puede destacar de esta función, adquirir los datos de contacto de los interesados para aumentar el ciclo de vida del cliente. Por otra parte, para aumentar la uniformidad de la información suministrada se propuso elaborar un protocolo para brindar la información de los equipos en un orden específico, el cual ayuda a segmentar mejor la información y aumentar el interés del receptor.

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

Finalmente, ser el puente de comunicación entre el cliente los departamentos que interactúan con la venta.

Es importante ofrecer un excelente servicio al cliente con el fin generar lazos con el comprador que aumenten las probabilidades de venta, y lo afilien a largo plazo con la organización por medio de nuevas compras. Es por eso, que en medio de la gestión como agente comercial se consideró fundamental la escucha activa de las necesidades del cliente, por ejemplo, se plantearon preguntas relacionadas a ¿cuáles eran sus necesidades?, ¿qué experiencia tenían con compras a nivel internacional?, etc. Se propuso elaborar un protocolo que dicte tener el mayor acercamiento posible con el cliente, por medio de reuniones o demostraciones, por lo que el mayor objetivo fue agendar llamadas telefónicas o reuniones virtuales para brindar la seguridad necesaria al momento de la negociación.

A través de la experiencia dentro del departamento, se identificó que estas preguntas aumentan la confianza del consumidor al momento de conocer más acerca del producto y la empresa. Por lo tanto, una propuesta de mejora en este ámbito es articular de forma coherente la escucha activa a los protocolos establecidos a nivel comercial. Adicionalmente, se amplió el alcance de esta propuesta a través de encuestas de satisfacción que miden la atención presentada por el agente comercial, de esta forma, la empresa obtiene el “feedback” del cliente, que a través de un proceso de análisis puede desarrollar de mejor forma el protocolo comercial.

3.2 Conclusión

Al ser *Global Trading & Electronic Equipment* una empresa que se relaciona constantemente con la tecnología es importante estar actualizados en lo que pasa en el sector estético; ¿cuáles son las tendencias del mercado?, ¿qué tiene por ofrecer mi competidor? y

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

¿de qué forma puedo innovar mi servicio en pro de generar más confianza en el consumidor?

Estas y muchas más preguntas son las que se planteaban a diario con el fin de mantener a la empresa a la vanguardia.

Explotar las fortalezas de la empresa, donde el factor diferenciador para Globaltee va enmarcado en un servicio al cliente de excelente calidad. Porque a partir de ese aspecto, la empresa es capaz de comprender las necesidades del consumidor ideal y las falencias de la competencia.

Adicionalmente, el sector estético a nivel internacional tiene un panorama bastante similar al colombiano, por lo cual la innovación y la creatividad se presentan como pilares fundamentales en la labor desempeñada por el representante comercial. Con base al conocimiento adquirido, se puede afirmar que Globaltee tiene gran potencial para afrontar retos en el exterior y ser una empresa referente en el sector, a largo plazo.

En conclusión, son muchos los obstáculos que la empresa tiene que superar en el futuro, más siendo una compañía con tan poca trayectoria y reconocimiento. Su valor será reconocido en el futuro desplegando estrategias de posicionamiento internacional como las mencionadas en este plan de mejora y eliminando, paulatinamente, debilidades técnicas que se pueden presentar dentro de los departamentos de la empresa.

Bibliografía

GLOBALTEE. (2021), Conócenos, Misión y Visión. Extraído de:
<https://globaltee.com.co/conocenos/>

4.1 Seguimiento de la práctica profesional

4.1.1 Programación de actividades realizadas

En un principio, durante la práctica la labor principal era ampliar el conocimiento tanto como fuera posible. Por lo tanto, las primeras semanas en la empresa fueron introductorias para conocer los mecanismos de venta, evaluar la información suministrada e investigar, por cuenta propia, información valiosa para el grupo de trabajo.

Dentro de Global Trading & Electronic Equipment S.A.S. las actividades realizadas se pueden dividir en dos ámbitos. El primero, es el apoyo a la gestión comercial a nivel nacional, desarrollando estrategias de venta en el entorno del sector salud, dar seguimiento y control a los clientes, así como a sus procesos de compra dentro de los protocolos establecidos por la empresa. Adicionalmente, brindar apoyo a las actividades inherentes al proceso de venta como lo son: prospección, diseño de piezas gráficas y la renovación de estrategias de ventas.

Paralelamente, se desarrolló la práctica en el área internacional donde según las funciones asignadas se apoyó labores como la investigación de canales de venta en el exterior, elaboración de estrategias de marketing y aspectos subyacentes como lo son la elaboración del guion de ventas en diferentes idiomas, localización de divisas y el estudio de conceptos clave para la venta a nivel internacional.

Se presentaron obstáculos en el trayecto, errores de los cuales se puede aprender y que ayudan a crecer profesionalmente. La última etapa de la practica fue enfocada netamente en el sector internacional, con el objetivo de conocer más a los consumidores del producto y cuáles son los desencadenantes de compra según su ubicación geográfica.

4.1.2 Cumplimiento de objetivos trazados

Ciclo 1

Fecha: 23 de febrero – 15 abril

Objetivos: Investigar y evaluar canales de venta internacional, como comercios electrónicos y redes sociales, para la exposición de los productos y la imagen de la compañía.

Actividades desarrolladas:

1. Estudiar y comprender la información suministrada por la empresa para desarrollar habilidades de venta adecuadas para el sector donde se iba a desempeñar.
2. Investigar y evaluar el sector estético en Colombia
3. Estudiar la competencia, para reconocer las amenazas y oportunidades con las que contaba la compañía; se analizaron variables como precios, características de sus productos, trayectoria, servicio al cliente).
4. Estudiar plataformas de venta a nivel internacional que fueran potencialmente importantes para el desarrollo del objeto social de la empresa.

Dificultades Encontradas:

1. La primera dificultad encontrada fue la falta de conocimiento en temas relacionados con la compañía, al ser un sector tan específico y con lenguaje técnico (para los que no se relacionan con ese campo de estudio) el proceso de aprendizaje fue lento y confuso.
2. La falta de experiencia en el campo comercial fue una barrera difícil de superar, debido al constante trato con profesionales de la salud que en su mayoría se expresan de manera técnica y con conceptos específicos.

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

3. Una barrera importante en el proceso de investigación de plataformas de venta fue principalmente, las barreras idiomáticas y las barreras burocráticas, ya que muchas de ellas exigen requisitos que para una empresa con poca trayectoria es difícil de obtener.
4. Se dificultó la recolección de datos de la competencia debido a su alta rigurosidad en la privacidad. La mayoría de las empresas de la competencia son muy cautelosas a quien le brindan la información.
5. La poca diversidad de plataformas que permitan ofertar el tipo de equipos comercializados por la empresa.

Ciclo 2

Fecha: 16 de abril – 30 de junio

Objetivo: Reconocer los mercados potenciales según las tendencias, el poder adquisitivo y la trayectoria de la competencia en las respectivas posiciones geográficas.

Actividades desarrolladas:

- Se investigó diferentes productos en el exterior con el fin de comparar sus características, su precio y su cobertura a nivel internacional con el fin de evidenciar la competitividad de los productos de la empresa en esos mercados.
- Se inició la gestión comercial internacional con clientes en el exterior.
- Se elaboraron tablas de precios en dólares, teniendo en cuenta los gastos de logística y garantía.
- Se generaron campañas de re-marketing para los clientes interesados pero que por diferentes razones no pudieron adquirir el equipo en primera instancia.

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

Dificultades encontradas:

1. La falencia más evidente es la falta de plataformas de investigación a nivel internacional que permitan conocer a ciencia cierta cuales son las tendencias del mercado de forma eficiente.
2. Se presentaron errores de comunicación con los clientes del exterior debido al idioma. En su gran mayoría, debido al lenguaje tan específico que se debe utilizar en la negociación de este tipo de productos.
3. Se evidenció un problema comercial, consecuencia de la rápida expansión de los equipos médicos de origen chino a nivel internacional. Este factor es una dificultad plena para que la empresa crezca en otros mercados, donde el precio es el elemento determinante para muchos de los clientes potenciales.

Ciclo 3

Fecha: 01 de julio – 23 de agosto.

Objetivo: Estandarizar los protocolos de gestión de las campañas de alcance, con el fin de dar uniformidad a la información suministrada y adicionalmente, mejorar la satisfacción del cliente.

Actividades desarrolladas:

- Se elaboraron piezas gráficas para la plataforma de Instagram con el fin de atraer clientes potenciales.
- Creación de una base de datos de potenciales clientes de los productos comercializados en el sector internacional. Como principales destinos se identificó a Chile, Perú, Costa Rica, Canadá y España.

PLAN DE MEJORA GLOBAL TRADING & ELECTRONIC EQUIPMENT

- Se estandarizaron los protocolos de venta con el fin de mejorar la percepción del cliente frente a la marca y los productos, brindando una información mucho más uniforme.
- Se implementó una encuesta de satisfacción a los clientes para medir el desempeño de los representantes comerciales de la empresa. De igual forma, para medir el nivel de satisfacción general del producto con el fin de obtener una retroalimentación que ayude a la empresa a innovar sus protocolos de calidad y atención.

Dificultades encontradas:

- Supuso una dificultad grande el hecho de adquirir los datos necesarios para nutrir la base de datos nacional e internacional, debido a que los datos eran suministrados de manera incompleta.
- El rol de representante comercial enfrenta un reto enorme: Generar confianza por canales de comunicación electrónicos a los clientes internacionales.