

**Reporte de Prácticas**

**Pablo Sebastian Joya Redondo**

**Informe final para optar el título de Profesional en Negocios Internacionales**

**Director**

**Juan Carlos Acevedo Leon**

**Magíster en Marketing Digital y Redes Sociales**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Facultad de Negocios internacionales**

**2023**

## Contenido

Introducción .....	4
1.1 Planteamiento del problema .....	8
1.3 Objetivos .....	9
2. Presentación de la empresa .....	10
2.1 Modelo de negocio .....	13
2.2 Volumen de Ventas .....	13
3. Presentacion del Mercado .....	14
3.1 Participantes en el mercado .....	15
4. PESTEL .....	18
5. La asignación .....	22
6. Pasos y metodologia .....	26
7. Resultados y analisis .....	31
8. Recomendaciones .....	33
9. Conclusión general .....	35
Referencias .....	37

**Lista de figuras**

<b>Figura 1.</b> <i>Tabla organizacional de Veesion</i> .....	11
<b>Figura 2.</b> <i>Presencial Mundial de Veesion</i> .....	12
<b>Figura 3.</b> <i>Socios estratégicos de Veesion</i> .....	12
<b>Figura 4.</b> <i>MRR de veesion 2023</i> .....	14
<b>Figura 5.</b> <i>Mapa de productos robados</i> .....	19
<b>Figura 6.</b> <i>SWOT</i> .....	21
<b>Figura 7.</b> <i>We are hiring</i> .....	23
<b>Figura 8.</b> <i>Objetivos cualitativos</i> .....	25
<b>Figura 9.</b> <i>Agendando una reunión</i> .....	27
<b>Figura 10.</b> <i>Prospección por LinkedIn</i> .....	28
<b>Figura 11.</b> <i>Mejores prácticas - Mandarin</i> .....	30
<b>Figura 12.</b> <i>Mejores practicas - Complemento</i> .....	30
<b>Figura 13.</b> <i>Llamadas salientes</i> .....	31
<b>Figura 14.</b> <i>Nota Cualitativa</i> .....	32
<b>Figura 15.</b> <i>Ejemplo de compromiso</i> .....	33

### **Resumen**

Este trabajo de grado explora las prácticas profesionales que realice en la empresa Veesion. Empresa la cual ofrece un software de inteligencia artificial el cual detecta en tiempo real si una persona está cometiendo un hurto dentro del establecimiento. Mi objetivo por el cual fui contratado, consistía en aumentar las ventas de la empresa en el mercado español con un mayor enfoque a grandes superficies como supermercados y farmacias. Para desempeñarme en mi objetivo utilice herramientas como el Cold calling, la prospección por LinkedIn y el alcance por medios digitales. Gracias a mi continuo esfuerzo por lograr los mayores resultados durante mis 6 meses de pasantía realicé más de 10.000 llamadas, convertí a más de 30 prospectos en clientes finales, entrene a un equipo para el mercado de estados unidos y obtuve las mayores calificaciones en control de calidad. Gracias a esta experiencia obtuve los conocimientos necesarios en el área de ventas para poder aplicar a mis futuros proyectos y emprendimientos.

*Palabras clave:* Veesion, inteligencia artificial, coldcalling

### **Abstract**

This report explores the internship that I made in the company Veesion. Company which offers an artificial intelligence software which detects in real time if a person is committing a theft within the establishment. My objective for which I was hired, was to increase the sales of the company in the Spanish market with a greater focus on large supermarkets and pharmacies. To achieve my objective, I used tools such as Cold calling, LinkedIn prospecting and digital media outreach. Thanks to my continuous effort to achieve the best results during my 6 months of internship I made more than 10,000 calls, converted more than 30 prospects into final clients, trained a team for the US market and obtained the highest marks in quality control. Thanks to this experience I gained the necessary knowledge in the sales area to be able to apply to my future projects and new ventures.

*Keywords:* Veesion, artificial intelligence, coldcalling

## Introducción

Mi nombre es Pablo Joya, tengo 21 años y vengo de Cúcuta, Colombia, una pequeña ciudad que limita con Venezuela. Desde que era niño, me ha maravillado cómo la cultura, las tradiciones y el idioma pueden variar dependiendo de dónde te encuentres geográficamente en el mundo. Con el avance de la tecnología, ahora es posible conectarse con estas diferencias desde la comodidad de tu hogar.

Desarrollé una pasión por los idiomas y me fascinó la idea de traer productos de un lugar lejano a Colombia, específicamente a Cúcuta. Así que, después de la escuela, decidí seguir un programa que tiene estas dos cosas en común: el intercambio cultural y la importación/exportación de bienes.

Por eso, en enero de 2019, decidí comenzar mi licenciatura en negocios internacionales con especialización en comercio de exportación en la Universidad Santo Tomás, ubicada en Bucaramanga, a 4 horas en automóvil de mi ciudad natal.

Después del primer semestre, estaba seguro de que había tomado la decisión correcta. Comencé a aprender cómo negociar con otras culturas, qué podía ofrecer mi país a otros lugares donde no podían producir y a identificar las necesidades que mi país tenía y que podían ser satisfechas con importaciones.

Justo antes de que comenzara la pandemia, en febrero de 2020, nos informaron que un acuerdo entre mi universidad y la Escuela de Negocios Audencia permitía a un grupo de estudiantes participar en un programa de doble titulación. Donde podría realizar mi último año de estudios, la pasantía y homologar ambos programas de licenciatura.

Solicité ese programa y, después de una prueba de inglés y mi buen desempeño en todos los semestres anteriores, fui aceptado en este programa.

Estar en Audiencia me brindó la oportunidad de conocer gente de todo el mundo y conocer sus culturas, además de hacer muy buenos amigos. También pude conocer la experiencia importante y extensa que tenían los profesores que me enseñaban. Todos ellos tenían experiencias internacionales. Después de aprender de los cursos y de las experiencias que los profesores compartieron con nosotros, empecé a pensar más en un futuro en el que pudiera trabajar en un entorno internacional.

De regreso en Colombia, trabajé como representante de servicio al cliente, donde asistí a clientes de habla inglesa ubicados en Estados Unidos, Canadá y Australia. A través de esta experiencia, adquirí fluidez en inglés y, gracias a mi desempeño, fui ascendido a supervisor de un equipo de 17 personas de Colombia, Perú y Nicaragua.

Como objetivo a largo plazo, mi sueño es crear una empresa donde pueda conectar a los productores de Colombia y trabajar con ellos para exportar sus productos y obtener beneficios que permitan a los agricultores colombianos alcanzar una calidad de vida digna. Por eso, después de vivir la experiencia en servicio al cliente y la experiencia de liderar un equipo, era hora de obtener mi primera experiencia internacional en ventas.

## 1. Reporte de practicas

### 1.1 Planteamiento del problema

*¿Qué es Veesion?*

Fundada en 2018, Veesion se basa en las últimas innovaciones en video de Aprendizaje Profundo para detectar gestos de robo de forma automática y en tiempo real en las cámaras de vigilancia instaladas en los comercios.

Con cientos de tiendas ya como clientes en Francia, Veesion tiene como objetivo expandirse masivamente a nivel internacional. Ya hemos equipado a nuestros primeros clientes en Australia, América del Sur y Estados Unidos... ¡y esto es solo el comienzo! Tenemos la intención de abordar otros segmentos del mercado de seguridad.

Veesion analiza los patrones de movimiento asociados con el hurto en tiendas, por ejemplo, cuando un cliente guarda un artículo en su bolsillo, bolso o chaqueta. La tienda recibirá automáticamente una alerta en su teléfono o computadora portátil para detener el robo antes de que el cliente salga de la tienda.

*Misión Principal*

Como mencioné anteriormente, Veesion es muy reconocida en Francia, con varios comerciantes equipados, y tienen como objetivo expandirse a nivel mundial. Es por eso que Veesion me ha confiado el desarrollo de ventas para el mercado español, que fue lanzado unos meses antes de mi llegada.

Cuando una empresa intenta crecer en un nuevo país, representa un gran desafío debido a las barreras culturales y lingüísticas, la dinámica del mercado, la competencia, la situación económica del país y, lo más importante, el reconocimiento de la marca.

*El Plan*

Aquí es cuando me convierto útil en la compañía siguiendo el siguiente plan:

- **Calificación de ventas y generación de oportunidades:** Como SDR, me encargaré de interactuar con clientes potenciales a través de diferentes canales, como redes sociales, llamadas telefónicas y correos electrónicos, para determinar si cumplen con los requisitos para ser considerados como posibles clientes. Obtendré información sobre las pérdidas desconocidas que puedan tener, preguntaré si el robo es un problema real para su negocio y les ofreceré nuestros servicios.
- **Comunicación e idioma:** Dado que ya tengo experiencia en llamadas telefónicas, una de mis fortalezas es que no tengo miedo de hacer llamadas en frío para abordar a los prospectos y mantener una comunicación asertiva. Además, al ser mi lengua materna el español, podré responder con fluidez a las objeciones que puedan surgir y asegurarme de que la información proporcionada sea clara.

### 1.3 Objetivos

*Objetivos profesionales:*

- Aprender a generar, calificar y convertir prospectos en clientes.
- Obtener experiencia utilizando software y tecnologías como un CRM para aprender a gestionar los leads.
- Aprender cómo se comporta el cliente y analizar la situación del mercado para encontrar la mejor manera de acercarse al cliente.

*Objetivos personales:*

- Conocer los entresijos y el proceso de ventas, cómo gestionar la relación entre una empresa y un cliente, y cómo adquirir nuevos clientes.
- Desarrollar un discurso de presentación en el que pueda presentar la empresa de manera concisa y crear una necesidad en el cliente, al mismo tiempo que genere confianza.
- Aprender a responder a las objeciones del prospecto de manera creativa para satisfacer las necesidades del cliente.

**2. Presentación de la empresa**

Veesion es un startup, cofundada en 2018 por Benoit, el CEO; Thibault, el CFO; y Damien, el jefe de investigación. La razón de ser: "Desarrollar y ofrecer tecnología de vanguardia al alcance de todos para mejorar la vida diaria de nuestros socios y clientes".

"Veesion aprovecha las últimas innovaciones en Deep Learning de video para detectar gestos en tiempo real con un enfoque ético y responsable".

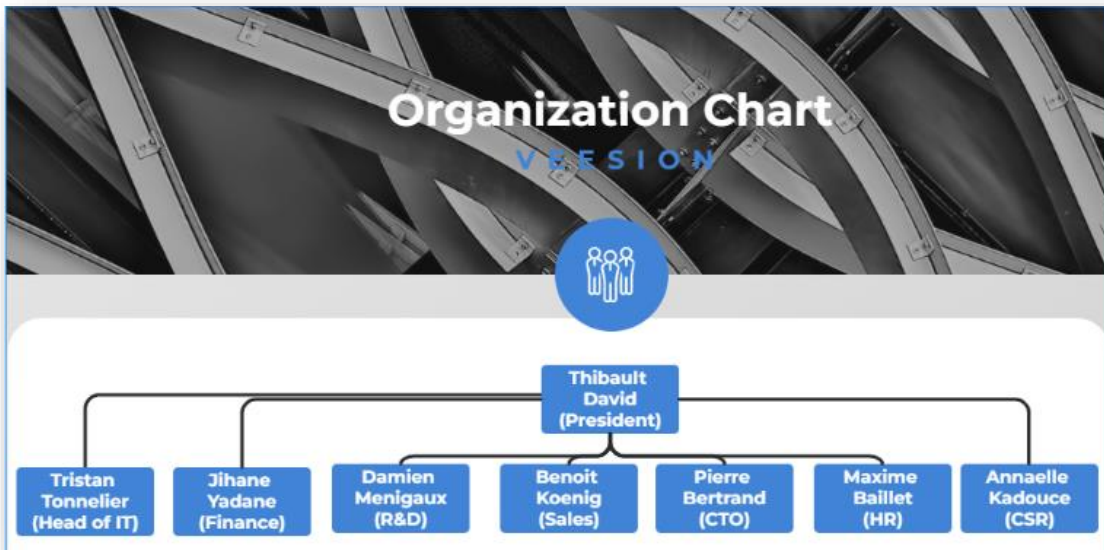
Nuestra ambición: "Convertirnos en el líder mundial en detección de gestos a partir del contenido de video".

*¿Quiénes se benefician de esta tecnología?*

Los comerciantes: ¿Por qué esto? El proyecto nació a partir de una simple observación: cada año, el hurto en tiendas representa más de 100 mil millones de euros, mientras que las empresas invierten 15 mil millones de euros en seguridad. A pesar de esto, menos del 5% de los robos son detectados.

La tecnología que estamos desarrollando nos permite detectar actos de robo de forma automática y en tiempo real a partir de las cámaras de vigilancia instaladas en los comercios minoristas.

**Figura 1.** *Tabla organizacional de Veesion*



De hecho, Veesion equipa a más de 2000 establecimientos en todo el mundo, este volumen habla del éxito de la empresa y la confianza que ha generado en el sector minorista. Su presencia se extiende por continentes donde el hurto en tiendas es un problema constante. Desde pequeños supermercados hasta hipermercados, tiendas de ropa e incluso farmacias. Esto demuestra que Veesion puede adaptarse a todo tipo de establecimiento que venda al público.

**Figura 2.** *Presencial Mundial de Veesion*



Tomado de Veesion (2023).

En esos más de 2000 establecimientos en todo el mundo, Veesion ha establecido alianzas con algunas de las marcas más importantes de la industria minorista.

**Figura 3.** *Socios estratégicos de Veesion*



Tomado de Veesion (2023)

## 2.1 Modelo de negocio

Veesion opera mediante un modelo de negocio que implica dos pagos por parte de sus clientes:

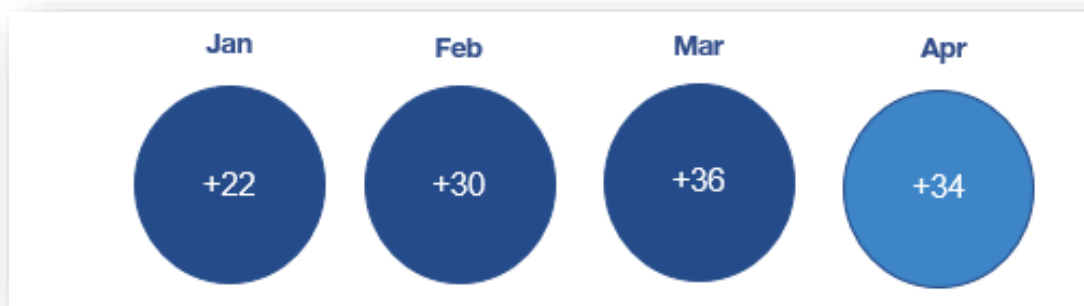
*Tarifa de instalación:* Cubre los costos iniciales relacionados con la preparación del hardware y los equipos necesarios para su correcto funcionamiento. Esto incluye el envío, el seguro y la máquina misma.

*Tarifa mensual:* Se calcula en base a las dimensiones de la tienda, como el número de cámaras y el tamaño del establecimiento. La tarifa mensual cubre varios aspectos, que incluyen actualizaciones regulares del software para garantizar un rendimiento óptimo, un rendimiento continuo y acceso a nuevas funciones. Además, incluye el servicio al cliente proporcionado por Veesion, asistencia técnica y monitoreo continuo.

## 2.2 Volumen de Ventas

*Debido a motivos de privacidad, mi empresa no puede compartir las cifras exactas de facturación durante el período de mi pasantía. Las cifras se representarán mediante estimaciones.*

Veesion estableció el objetivo para el año 2023 de alcanzar una meta de ingresos recurrentes mensuales (MRR) de más de 34.000 euros. Para lograr este objetivo de MRR, Veesion busca obtener la mayor cantidad de clientes posibles cada mes sin descuidar a los clientes actuales.

**Figura 4.** *MRR de Veesion (2023)*

### 3. Presentacion del mercado

Un objetivo que la empresa estableció para 2023 es alcanzar a comerciantes no exclusivos, como supermercados. Cadenas de supermercados como Suma, Dia, Coviran, Condis, Eroski, Carrefour, etc.

Según Agro (2017), entre 2012 y 2016, el modelo de franquicia de supermercados creció de 3.860 a más de 6.600 establecimientos, un aumento del 72% en cinco años. La cadena de supermercados "DIA" es líder en este modelo de negocio. Casi la mitad de sus 7.400 tiendas operan bajo un modelo de franquicia.

Sin embargo, en términos de facturación, los establecimientos de propiedad de la cadena representaron más del 55% de sus ingresos en 2016 (alrededor de 5.500 millones de euros) en comparación con el 45% del modelo de franquicia.

La ventaja de este modelo de negocio es que los propietarios individuales ya tienen el reconocimiento de la cadena, lo que significa que no es necesario darse a conocer al público. Esto podría darnos una idea de cuántos clientes potenciales podríamos alcanzar como Veesion.

En cuanto al problema que estamos tratando de resolver, España ha enfrentado recientemente una gran oleada de robos en supermercados. Según Cinco Días (2019), los supermercados en España sufren la mayor cantidad de robos en Europa. Los productos más

robados son vinos, licores, quesos, carnes y cosméticos. Se estima que alrededor del 2% de su facturación total se pierde cada año debido a los ladrones, lo que equivale a unos 3.645 millones de euros al año.

### 3.1 Participantes en el mercado

#### *Competidores Directos*

Debido al crecimiento del análisis del comportamiento humano a través de la inteligencia artificial basada en los datos que cada empresa puede adquirir, uno de los desafíos que Veesion enfrenta es implementarse en el mayor número posible de comerciantes. Esto permitirá que la inteligencia artificial analice cada vez más patrones de movimiento asociados con robos, con el objetivo de que la IA se vuelva más precisa, tenga más ejemplos y sea más efectiva.

Como esta es una carrera para obtener más clientes, estas son algunas empresas que ofrecen un producto similar:

- AgentVi: proporciona soluciones avanzadas de análisis de video que utilizan inteligencia artificial para la detección de robos y eventos sospechosos en tiempo real. Su software puede analizar video en vivo y generar alertas automáticas cuando se detectan actividades anómalas.
- Oxanea: Nacida con el deseo de proporcionar acceso a la inteligencia artificial para todos, estamos en constante evolución para ofrecer lo mejor de nosotros mismos. Con más de 5 años de experiencia en inteligencia artificial, nuestro objetivo es llevar estas nuevas oportunidades tecnológicas al límite para ofrecer un software más humano que nunca. Al combinar varias técnicas para detectar posturas y acciones, somos capaces de hacer que las

cámaras sean inteligentes, capaces de analizar, comprender, reconocer y actuar automáticamente

#### *Competidores indirectos*

- **ADT:** ADT es un conocido proveedor de sistemas de seguridad integrales para diversas industrias, incluyendo el comercio minorista. Si bien no se centran exclusivamente en software de prevención de robos en tiempo real, ofrecen una variedad de soluciones de seguridad, como cámaras de vigilancia, alarmas, sistemas de control de acceso y medidas de seguridad
- **Shopify:** Shopify es una plataforma de comercio electrónico popular que proporciona herramientas para tiendas en línea. Si bien no abordan directamente la prevención de robos en tiempo real en tiendas físicas, ofrecen características de prevención de fraudes, sistemas de verificación de pedidos e integración con aplicaciones de seguridad de terceros para ayudar a mitigar los riesgos de fraude en línea para los minoristas.

#### *Tipo de clientes*

**Corporacion:** Supermercados propiedad de la cadena, donde todos los aspectos relacionados con la gestión del supermercado son realizados directamente por la cadena. En este caso, es más común que un gerente de cuentas clave se comunique con la cadena para programar la reunión y seguir el proceso.

**Franquicia:** Supermercados propiedad de personas que han llegado a un acuerdo con la cadena de supermercados, donde pueden utilizar el nombre, los proveedores y la publicidad de la cadena. Sin embargo, son independientes en cuanto a contratación, gestión y, lo más importante para mi función: seguridad.

Las franquicias son mi principal objetivo, donde busco hablar con el propietario del supermercado, presentar el producto, programar la reunión y asegurarme de que asista a la reunión.

### *Distribuidores*

Debido a que se están abriendo nuevos comercios, supermercados y franquicias, Veesion decidió que los socios estratégicos más adecuados con los que aliarse son las empresas de seguridad que proporcionan las cámaras y todos los sistemas de seguridad a los nuevos propietarios.

Veession ha establecido asociaciones con empresas como:

- *Securitas*: Es una empresa de seguridad multinacional con sede en Suecia. Proporciona servicios de seguridad especializados a clientes de diversos sectores en todo el mundo.
- *Anaveo*: Es una empresa francesa especializada en el diseño, fabricación, instalación, integración y mantenimiento de soluciones de seguridad electrónica llave en mano, que incluyen CCTV, control de acceso, detección de intrusos, vigilancia remota y detección de incendios. La experiencia de sus filiales también le permite ofrecer otras soluciones específicas acorde a necesidades de seguridad particulares.
- *Prosegur*: En Prosegur trabajamos para hacer del mundo un lugar más seguro. Proporcionamos a nuestros clientes las soluciones más avanzadas del mercado, equipadas con un alto componente tecnológico y diseñadas para agregar valor al servicio. Somos una empresa en la que la innovación, nuestro equipo humano y la orientación absoluta al cliente marcan la diferencia.

La colaboración consiste en que cuando estas empresas de seguridad ofrecen las cámaras a los comerciantes, también ofrecen nuestro servicio, Veession. Si están interesados, la empresa de

seguridad puede realizar su propia venta o programar una reunión directamente con Veesion y el cliente para resolver todas las posibles preguntas.

#### 4. PESTEL

Como parte de la misión principal que Veesion me ha encomendado de desarrollar las ventas en el mercado español, realicé una investigación sobre la dinámica y las tendencias de este mercado. Con el objetivo de proporcionar información valiosa sobre el mercado español para aprovechar las oportunidades y establecer un plan de acción para potenciar el crecimiento.

##### *Political/Legal*

De acuerdo con Delgado (2023), en cuanto al aspecto político, Veesion debe ser cuidadoso y estar actualizado con la última regulación en España y en Europa en sí misma. Esto se debe a que la inteligencia artificial es una nueva tecnología y se están creando nuevas regulaciones.

Por ejemplo, en España, el reconocimiento facial ya está prohibido. Además, como empresa, no se puede almacenar un video durante más de 30 días debido a razones de privacidad.

Debido a que Veesion solo analiza los patrones de movimiento, estas prohibiciones no afectan a la empresa, pero debemos mantenernos actualizados.

Es por eso que el secretario de Estado de Digitalización y AI del gobierno español, encargado de la regulación, lanzará una normativa con el objetivo de crear un espacio de pruebas de buenas prácticas donde se incluirán las obligaciones y cómo implementarlas.

##### *Economico*

Basado en el problema que Veesion está tratando de resolver. Según los datos de STC Nedap citados por Vega (2023), los productos de alimentación representan aproximadamente el 40% de los robos en los supermercados, lo cual ha aumentado debido a la inflación (alrededor del

8,4% en 2022) y al incremento en el precio de los productos durante 2022. Se realizó una investigación en la que se recopilaron los productos más robados en los supermercados, por comunidades, en más de 60 cadenas de supermercados y alrededor de 10.000 tiendas.

**Figura 5.** Mapa de productos robados



Tomado de Vega / Business Insider (2023). bUS

### *Social*

En 2022, la población de España era de aproximadamente 47,1 millones de habitantes y los idiomas más hablados son el español, el catalán y sus variantes (valenciano), el gallego y el euskera. España es conocida por su deliciosa gastronomía y la oferta de ingredientes frescos, lo cual representa un desafío diario para los supermercados.

### *Tecnológico*

Según FoodRetail (2023), tanto grandes como medianas e incluso pequeñas empresas del sector minorista están recurriendo a la inteligencia artificial (IA) para enfrentar desafíos

relacionados con la cadena de suministro, la optimización de precios y la compra automática de productos frescos.

El uso de cámaras, visión por computadora y aprendizaje profundo es otro proceso que ya se está implementando con el uso de IA. Las cámaras colocadas en el techo o en los estantes se utilizan para comprender todo lo que sucede en la tienda. Las cámaras siguen a los clientes durante todo su recorrido de compra, mientras que la visión por computadora reconoce productos y detecta diferentes actividades, como colocar o tomar artículos de los estantes.

El uso de herramientas de inteligencia artificial que actualmente o en el futuro conecten a los compradores con los productos, a través de la identificación en tiempo real de los artículos una vez colocados en el carrito de compras, ayudará a mostrar promociones y descuentos en productos relacionados. Estas herramientas de IA permiten la gestión de inventario en tiempo real y brindan información sobre el comportamiento del cliente a través de un panel de análisis. Las tiendas pueden recibir informes que incluyen mapas de calor de los pasillos, seguimiento de promociones y métricas sobre la adopción de nuevos productos.

Sin duda, la transformación digital y el uso de herramientas de inteligencia artificial son prioridades clave en el sector minorista. "Todos estos avances y estrategias digitales nos llevan hacia una experiencia de compra mejorada, personalizada y actualizada, que responde eficientemente a las necesidades de los clientes", concluye Victoria Corral, Líder de Crecimiento Estratégico en Solver AI.

### *Ambiental*

Según Promateriales (2022), motivados por los cambios sociales y económicos experimentados en los últimos años, los consumidores han modificado sus preferencias en cuanto al consumo. Sus compras ahora están relacionadas con nuevos valores como la sostenibilidad y la

protección del medio ambiente. Estas características son cruciales al decidir dónde adquirir productos.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aprobados por las Naciones Unidas en 2015 sirven como base para el desarrollo de las organizaciones y su adaptación a las necesidades y demandas sociales y ambientales. También plantean desafíos significativos para alinear las actividades con cada iniciativa. Varios ODS destacan en los supermercados:

*SDG 11:* ciudades y comunidades sostenibles. Hacer que la movilidad urbana sea más sostenible es otro desafío para los supermercados. Como resultado de la pandemia de COVID-19, las compras en línea con entregas a domicilio han aumentado. Si los supermercados ofrecen opciones de entrega colaborativa,

*SDG 12:* producción y consumo responsables. Adaptar las cadenas de suministro a la producción y consumo responsables permite que los consumidores perciban a un supermercado como una entidad comprometida y alineada con sus necesidades y demandas.

**Figura 6. SWOT**



## 5. La asignación

### *Presentación global de las asignaciones*

Con el objetivo principal de la empresa de expandir sus servicios al mayor número posible de supermercados, la empresa encontró una oportunidad basada en mi experiencia previa y tomó la decisión de lanzar un mercado tan grande con oportunidades de crecimiento potencial como Estados Unidos.

Al lanzar un nuevo mercado, se enfrentan muchos desafíos: reconocer las preferencias del consumidor, calificar de manera efectiva a los prospectos identificando posibles clientes potenciales que puedan convertirse en clientes valiosos, adoptar un enfoque diferente y brindar una buena capacitación a los SDR (Representantes de Desarrollo de Ventas) ya que estarán en primera línea interactuando con prospectos para establecer conexiones iniciales y gestionar el Sistema de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM).

Es en este momento cuando entra en juego mi experiencia laboral previa en el mercado de Estados Unidos como representante y supervisor. Participé en el proceso de contratación publicando la oferta de trabajo y realizando entrevistas a los solicitantes interesados en unirse al equipo de desarrollo de ventas para el mercado estadounidense.

**Figura 7.** *We are hiring*

**veesion**

# WE'RE HIRING

## Sales Development Representative

Hello everyone! We are Veesion, a French company which has developed a software that detects thefts in real time!

Actually we are looking for SDRs to grow our direct sales team for the US. The job consists in helping in the US market study as well as cold calling a list of stores to book video meetings with the store owners.

If things go well, the next step is to become a sales and close your own deals.  
**Competitive and well-paid salary!**

**Qualifications:**

- Strong communicative skills both English and Spanish.
- Availability according to the US market.
- Work from home (remote).

**Send Your CV to:**

pablo.jablanco@veesion.fr  
<https://veesion.io/es/>



Después de reclutar y seleccionar con éxito a talentosos SDR, participé en el proceso de integración al presentar a los recién llegados a la cultura de la empresa, compartir los objetivos de la organización y desarrollar las habilidades necesarias para comenzar su nuevo rol.

Durante el entrenamiento de ventas, practicamos el discurso de ventas simulando escenarios reales, brindando retroalimentación asertiva a través de juegos de roles para lograr las

habilidades de comunicación adecuadas y ganar confianza para presentar el software a los posibles socios de supermercados.

Compartimos las mejores prácticas y brindamos información sobre estrategias y metodologías exitosas de desarrollo de ventas anteriores. Escuchamos llamadas anteriores que permitieron al nuevo equipo aprovechar y adaptar estos casos anteriores a su estilo de venta.

Además, instruimos sobre cómo utilizar correctamente Pipedrive, nuestro sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM). Es una herramienta para administrar clientes potenciales, rastrear el progreso y obtener información del cliente.

### *Asignación principal*

Como Representante de Desarrollo de Ventas (SDR) en Veesion, desempeñé un papel fundamental en el crecimiento de la empresa en el mercado de España. Con un enfoque específico en los supermercados, mi principal misión consistía en desarrollar oportunidades de venta y generar nuevos clientes potenciales ofreciendo nuestra innovadora solución de software diseñada para ayudar a estos establecimientos a combatir el hurto.

Una parte clave de mi misión principal era iniciar el proceso de venta programando reuniones con los propietarios de los supermercados y coordinándome con el ejecutivo de cuentas que se encargaría de realizar la presentación del software y sus capacidades, incluyendo su posible implementación en sus establecimientos.

Una vez confirmada una reunión, compartí con el ejecutivo de cuentas información valiosa y antecedentes sobre el supermercado, sus medidas de seguridad actuales y las áreas potenciales de mejora para que pudiera comunicar de manera efectiva cómo nuestro software puede abordar estos desafíos y proporcionar beneficios tangibles.

Para lograr este objetivo de manera adecuada, se establecieron objetivos cuantitativos y cualitativos por parte de Veesion:

*Objetivos cuantitativos:*

- *Volumen de llamadas:* El objetivo es realizar un mínimo de 100 llamadas al día. Esto asegurará un esfuerzo proactivo y constante en las llamadas salientes, maximizando las posibilidades de contactar a clientes potenciales y crear nuevas oportunidades de venta.
- *Tiempo de llamada:* Un mínimo de 2 horas de tiempo de llamada diario. Esto garantizará tener conversaciones significativas con clientes potenciales y presentar el valor de nuestra solución de software.
- *Participación en reuniones:* Asegurarse de que al menos 1 propietario de supermercado asista a la reunión para presentar en detalle la solución de software.

*Objetivos Cualitativos*

Como objetivo cualitativo, se enfocó en la calidad de los prospectos, incluyendo las preguntas necesarias para determinar si se requiere una reunión y la profesionalidad de la llamada.

**Figura 8.** *Objetivos cualitativos*

<b>Quantitative</b>	<b>Name</b>
	<b>Email address</b>
	<b>Phone number</b>
	<b>Security guards</b>
	<b>Brand of cameras</b>
	<b>Number of cameras</b>
	<b>Store size (+150m2 or 1.515Ft)</b>
	<b>Other stores</b>
	Date and time
	Next steps
<b>Qualitative</b>	Energy / Tone of voice
	Referral
	Other security systems

Tomado de Veesion (2023)

El equipo de control de calidad escuchará llamadas aleatorias que realicé y las calificará en una escala del 1 al 100% en función de si se realizaron las preguntas necesarias.

## 6. Pasos y metodología

Para lograr el crecimiento en el mercado español, realicé los siguientes procesos:

Prospección y generación de clientes potenciales:

- *Llamadas en frío*: Como método principal para generar clientes potenciales. Veesion proporcionó una lista de establecimientos en Pipedrive que se obtuvieron de Google Maps, donde pude ver información como el nombre del supermercado y la dirección en Google.

Es importante revisar la información previa en Pipedrive y reconocer si estamos brindando servicios a otros supermercados en la zona para incluir esa información en el discurso de ventas.

Luego, procedía a llamar al supermercado y preguntar si podía hablar con el propietario del establecimiento. Dependiendo de la respuesta, se podrían dar dos situaciones.

1. El propietario no está disponible: Preguntar al encargado cuándo estará disponible el propietario, pedir si tiene alguna información de contacto como correo electrónico o número de teléfono y programar una nueva llamada en función de la respuesta proporcionada por la persona que contestó.
2. El propietario del supermercado está disponible: Presentar la empresa, dar un ejemplo de lo que resuelve nuestro software e invitar al propietario a una reunión donde pueda obtener más información sobre el software, intentando programar la reunión tan pronto como esté disponible.

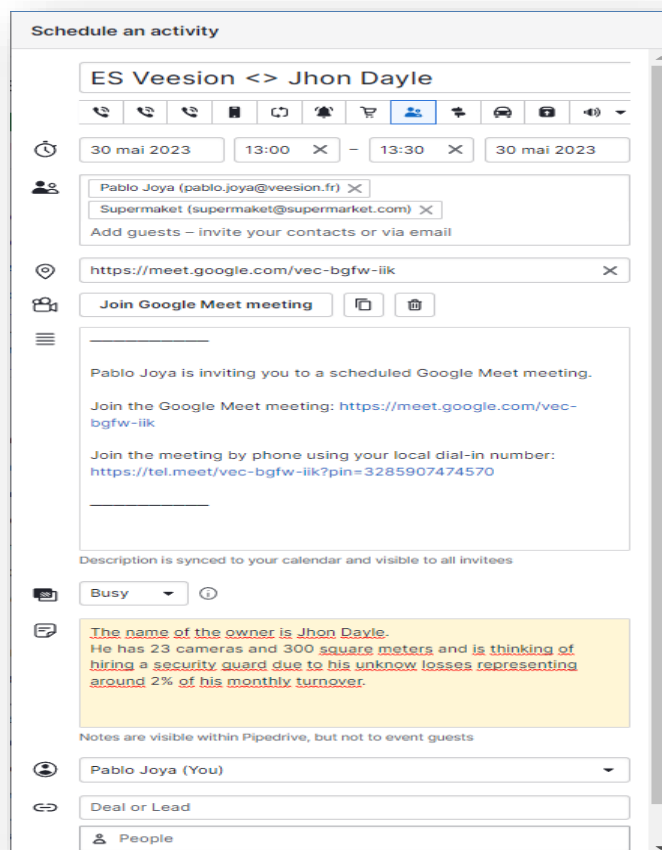
*Usando el siguiente pitch:*

En Veesion hemos desarrollado un software que detecta el hurto en tiempo real en su tienda. Por ejemplo, si un cliente entra a la tienda y toma un artículo de la estantería para guardarlo en su bolsillo, chaqueta o bolso, usted recibirá de inmediato un breve video en su móvil, portátil o caja registradora para detener el robo.

Me gustaría explicarle más sobre el software en una reunión de 10 minutos por Google Meet con mi compañero. ¿Está disponible hoy?

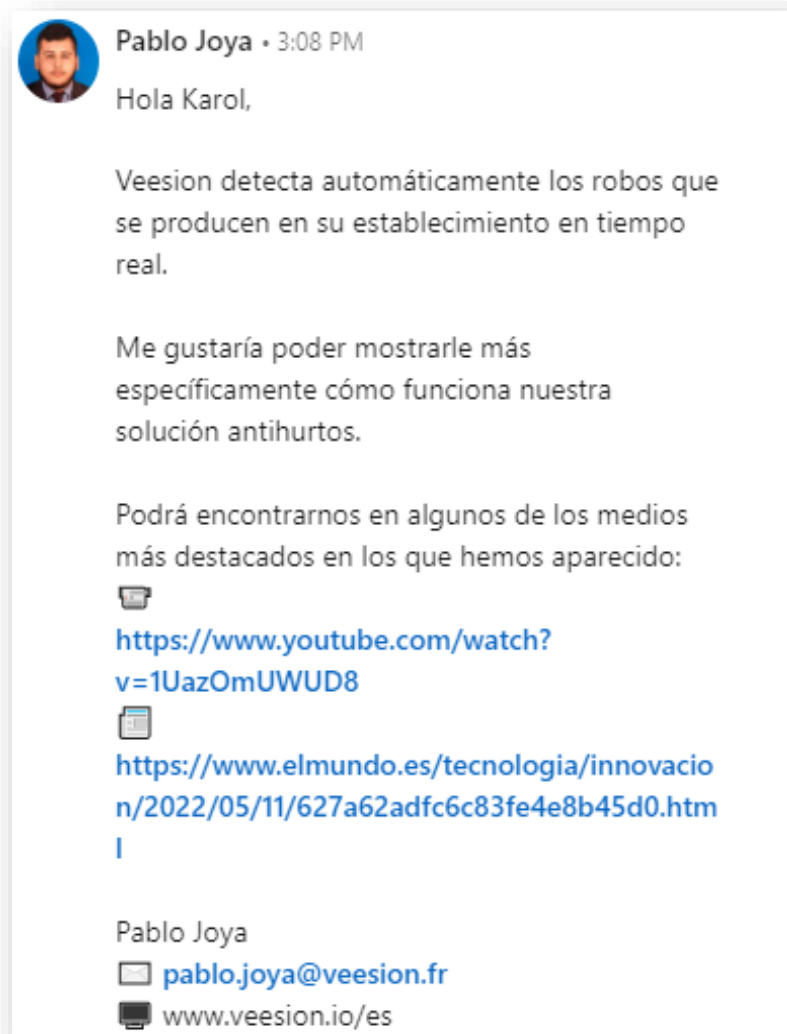
Si está interesado, crearía una actividad en Pipedrive basada en la disponibilidad en el horario del ejecutivo de cuentas y del propietario, donde se incluya la información proporcionada por el propietario y el enlace de invitación para acceder a la reunión.

**Figura 9.** *Agendando una reunión*



- *Conexiones en LinkedIn:* Además de las llamadas en frío, utilicé LinkedIn como una herramienta de networking para establecer conexiones con gerentes de supermercados y gerentes de expansión de franquicias. A través de mensajes personalizados, presenté la empresa y compartí videos, noticias e información sobre nuestra solución de software.

**Figura 10.** *Prospección por LinkedIn*



### *Investigación de mercado*

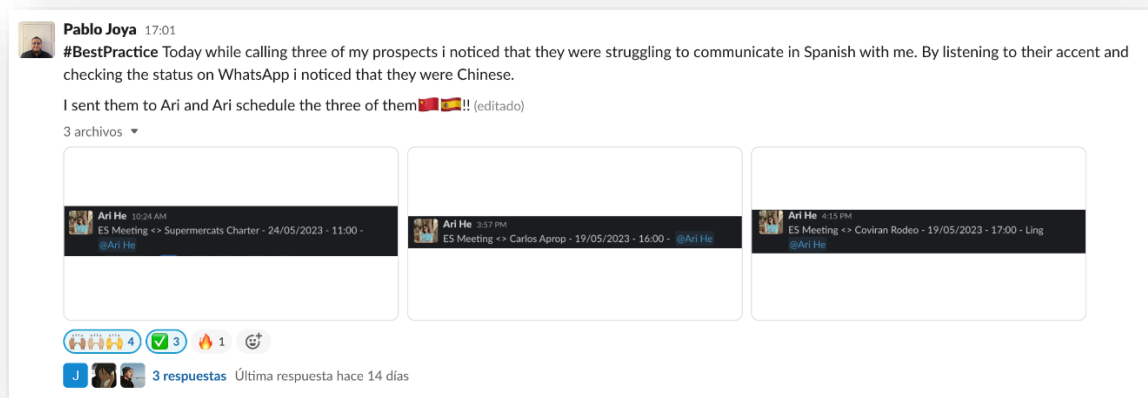
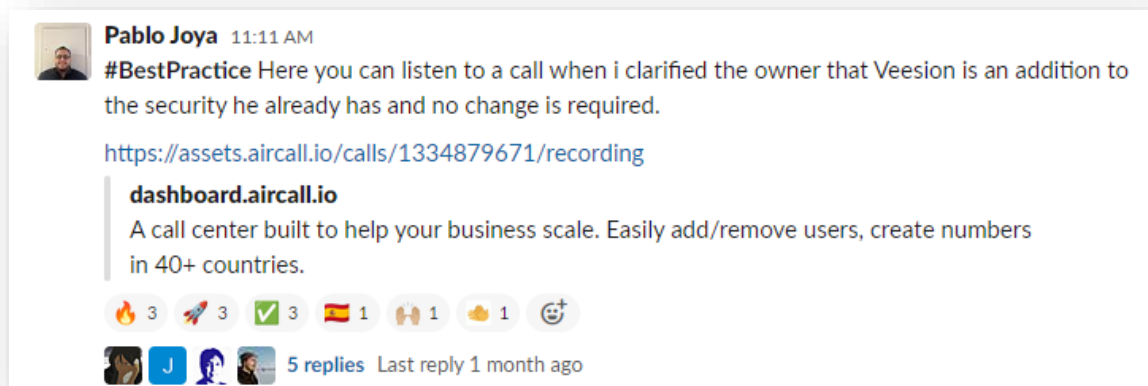
Para contribuir al crecimiento en el mercado español, monitoreé activamente las tendencias del mercado e informé sobre información clave de la industria con el objetivo de recopilar información valiosa para aplicarla en el discurso de ventas y mejorar el enfoque.

- *Siguiendo periódicos minoristas*: Debido a la importancia de mantenerse actualizado con las últimas noticias de la industria minorista, seguí regularmente reconocidos periódicos minoristas como FoodRetail e InfoRetail. Estas revistas publican información valiosa sobre las tendencias del mercado, las nuevas aperturas de supermercados y los desafíos emergentes a los que se enfrentan los minoristas.
- *Estadísticas de robo en tiendas*: Me enfoqué en recopilar datos asociados con el robo en tiendas y su impacto financiero en los establecimientos. Identifiqué que actualmente en España se pierde entre el 2% y el 5% de la facturación anual debido al problema que estamos tratando de resolver con nuestro software. También analicé los productos más frecuentemente objetivo de robo por ciudad y las pérdidas que esto podría generar si se roban una vez por semana.

### *Líder de equipo*

Como líder dentro del equipo, tuve la oportunidad de compartir las mejores lecciones y prácticas que aprendí durante mi tiempo como SDR. Apoyé y empoderé a mis colegas para que aplicaran estas nuevas prácticas y lograran mejores resultados como grupo.

Además, como líder en el equipo, tuve la oportunidad de compartir las mejores prácticas que había aprendido durante mi tiempo y de dejar saber a todo mi equipo que podían aplicarlas para obtener mejores resultados y crecer como grupo

**Figura 11.** *Mejores prácticas - Mandarin***Figura 12.** *Mejores prácticas - Complemento**Indicadores de rendimiento.*

En cuanto a las llamadas en frío, como se mencionó anteriormente, todos los días mi supervisor compartirá dos informes de progreso.

Uno a mitad del día y otro al final del día. En estos informes se mostrará el progreso que hemos logrado en cuanto al número de llamadas, tiempo de llamada y las reuniones que hemos concertado. Esto es para cumplir con los objetivos establecidos.

En cuanto a la investigación de mercado, crearé un informe sobre las nuevas aperturas de supermercados, el número de personas alcanzadas a través de las redes sociales y un resumen de los datos que recopilé.

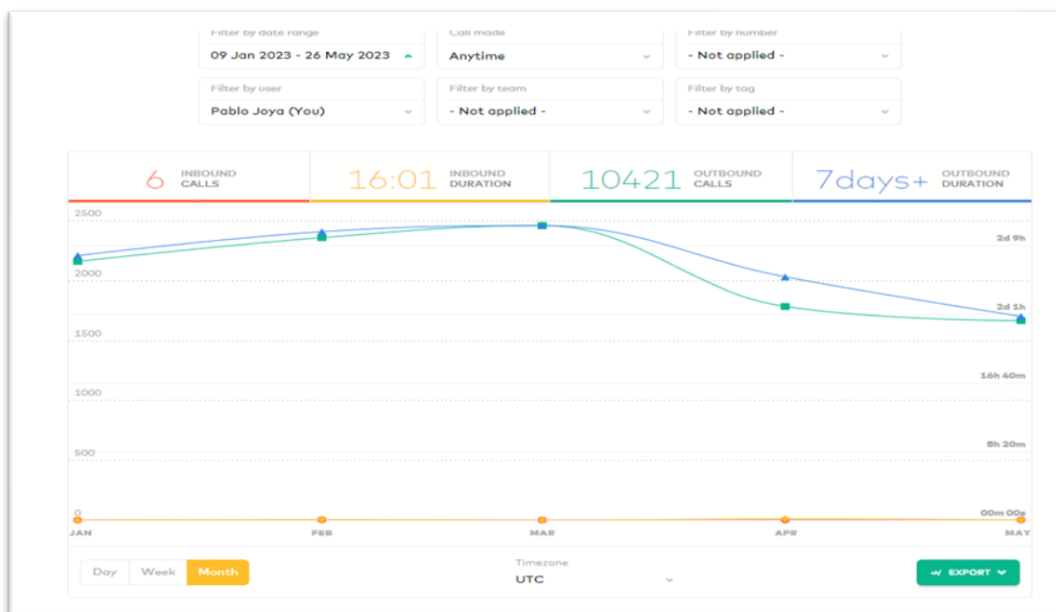
## 7. Resultados y análisis

### Resultados cualitativos y cuantitativos

Al mirar hacia atrás en los últimos cinco meses y evaluar mi desempeño, me siento orgulloso de los logros significativos durante mi papel como SDR en Veesion. Al cumplir con mis responsabilidades, no solo he alcanzado, sino que he superado los objetivos establecidos por la empresa. Aquí hay un desglose de mis logros y su impacto:

- *Llamadas salientes*: Durante estos cinco meses, realicé 10.421 llamadas salientes. Esta actividad me permitió hablar con muchos prospectos, aumentando las posibilidades de generar nuevas oportunidades de negocio.

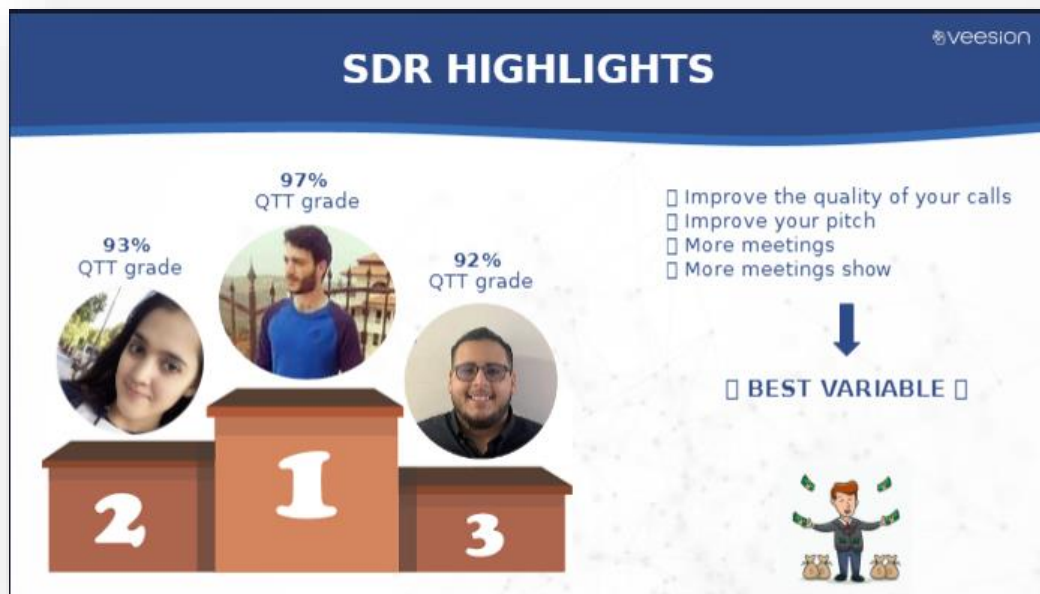
**Figura 13.** *Llamadas salientes*



Tomado de Aircall (2023).

- *Calidad de las llamadas:* Mi objetivo personal fue mantener un alto nivel de calidad en las llamadas. Seguí los estándares de la empresa y me aseguré de realizar cada llamada de manera profesional. Me enfoqué en escuchar activamente y representar el valor que nuestra empresa ofrece.

**Figura 14.** Nota Cualitativa



Tomado de Veesion (2023).

- *Reuniones agendadas:* una métrica clave para demostrar el éxito en mi rol fue la cantidad de reuniones agendadas con los prospectos. Cada día, al menos agendaba 1 reunión.

Este logro anterior fue utilizado por la empresa para aumentar el crecimiento en el mercado español. Esto se debe a que, si después de la reunión entre el ejecutivo de cuentas y el dueño del supermercado, este último reconoce la necesidad de nuestro software en su establecimiento, se convertirá en una venta para la empresa y en nuevos videos para que la inteligencia artificial los analice y mejore las alertas.

- *Siendo líder de equipo:* después de haber capacitado exitosamente al nuevo equipo de desarrollo de ventas para Estados Unidos, tanto mi equipo como yo fuimos felicitados por el excelente trabajo realizado.

**Figura 15.** Ejemplo de compromiso



Tomado de Veesion (2023).

## 8. Recomendaciones

Una recomendación que proporcioné a Veesion, la cual ha sido implementada recientemente, es mejorar el proceso de incorporación para los nuevos empleados. Cuando comencé, el proceso consistía en un período de dos días. El primer día se enfocaba en una introducción a la empresa, y el segundo día se brindaba información sobre el discurso de ventas, el sistema CRM y cómo manejar las objeciones de los prospectos.

Es por eso que recomendé reestructurar el procedimiento para crear un proceso de incorporación eficiente para los nuevos empleados, proponiendo un enfoque nuevo que pudiera adaptarse a esos dos días y obtener mejores resultados.

Se creó un nuevo rol, donde durante la primera mitad de mi día era SDR para el mercado de España, y en la segunda mitad realizaba el proceso de capacitación para el equipo de desarrollo de ventas de Estados Unidos.

En el primer día, presentamos la empresa, compartimos los valores y comenzamos a discutir sobre cómo el hurto en tiendas es un problema actual en Estados Unidos. Mostramos lo valioso que podría ser nuestro software si se implementara en los establecimientos minoristas. También comenzamos a hablar sobre el discurso de ventas, realizando simulacros basados en experiencias anteriores para encontrar áreas de mejora, y creamos una especie de biblioteca donde podían acceder a toda la información y a las objeciones planteadas en el pasado.

Para el segundo día, continuamos con los simulacros hasta que el SDR y el entrenador acordaron que habían alcanzado las expectativas de calidad para proceder con el uso del sistema CRM. Nuevamente, realizamos simulacros sobre cómo crear cada actividad en función del resultado de la llamada.

Una vez que aprendieron el proceso, procedimos a explicar cómo obtener clientes potenciales, tanto la lista proporcionada por Veesion como yo me encargué de mostrar cómo logré agendar más reuniones utilizando las redes sociales e investigando el mercado.

Esta iniciativa positiva que recomiendo a Veesion seguir aplicando para futuros lanzamientos de mercados y para los nuevos empleados en el futuro.

## 9. Conclusión general

Después de 5 meses en el puesto de Representante de Desarrollo de Ventas para el mercado de España, estoy seguro de que tomé la decisión correcta al aceptar esta posición. He desarrollado las habilidades necesarias para ser valioso en el departamento de ventas de una empresa que brinda servicios, así como lecciones significativas, habilidades y perspectivas que serán esenciales cuando cree mi propia empresa.

Trabajar como SDR me permitió obtener experiencia en la adquisición de nuevos clientes, gestionar la relación entre la empresa y los prospectos y refinar mis habilidades de negociación. También aprendí cómo acercarme a un prospecto y guiarlo a través del embudo de ventas, y lo más importante, mantener una mentalidad positiva frente a los desafíos del rechazo.

Esta experiencia fue valiosa porque me enseñó la importancia de ser persistente y no rendirse. El éxito en las ventas a menudo proviene de buscar constantemente oportunidades y enfrentar nuevos obstáculos. Esta mentalidad no solo se estableció para esta pasantía, sino que será una prioridad en mis futuras experiencias profesionales.

En general, esta experiencia me dejó una base sólida en términos de ventas y validó mi interés en seguir una carrera en el sector empresarial. También me dio una idea de cómo utilizar un CRM cuando administre mi propio negocio.

La pasantía me brindó la oportunidad de enfrentarme a un entorno profesional de un equipo de ventas exitoso y tener una visión general de la estructura organizativa de la empresa.

Además, esta experiencia como SDR me motiva a seguir mi proyecto profesional, pero también a continuar mis estudios en el campo del desarrollo de negocios internacionales, destacando la importancia de seguir aprendiendo y actualizándome en las mejores prácticas.

Seguir un máster me ofrecerá la oportunidad de ampliar mi perspectiva global en términos de estrategias de entrada al mercado, operaciones de suministro global y planificación estratégica.

Finalmente, entendí la importancia del trabajo en equipo, compartir las mejores prácticas, brindar el consejo correcto en el momento adecuado, y también quiero resaltar la importancia de un buen ambiente laboral que tuve en Veesion, donde siempre se me brindó ayuda tanto en aspectos laborales como personales y fue una relación de mutuo beneficio.

### Referencias

- Agro. (2017). *La franquicia seduce al “súper” en España: crecen un 72 % en cinco años*. EFEAgro. <https://efeagro.com/franquicia-super-espana-crecimiento/>
- CINCO DÍAS. (2019). *Cinco Días: economía y mercados*. Cinco Días. [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/06/20/companias/1561025494\\_742387.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/06/20/companias/1561025494_742387.html)
- Delgado, S. (2023). *España presentará en marzo una propuesta de regulación de la IA en Europa*. MuyComputerPRO. <https://www.muycomputerpro.com/2023/02/17/espana-presentara-propuesta-regulacion-ia-europa>
- Foodretail. (2023). *Implementación de soluciones basadas en tecnología de IA en supermercados y tiendas de alimentación*. Foodretail. Foodretail. [https://www.foodretail.es/retailers/Implementacion-soluciones-IA-supermercados-alimentacion\\_0\\_1741625846.html](https://www.foodretail.es/retailers/Implementacion-soluciones-IA-supermercados-alimentacion_0_1741625846.html)
- Promateriales. (2022). *Los desafíos de los supermercados para cumplir los ODS*. Prosostenible. <https://prosostenible.es/los-desafios-de-los-supermercados-para-cumplir-los-ods/>
- Sanchez, R. (2022). *España cuenta con más de 26.000 supermercados*. Financial Food. <https://financialfood.es/espana-cuenta-con-mas-de-26-000-supermercados/#:~:text=Espa%C3%B1a%20ha%20cerrado%20el%20a%C3%B1o,8.620%20son%20establecimientos%20de%20autoservicio.>
- Veesion (2023). *Welcome to Veesion*. Veesion. <https://veesion.io/es/nuestro-blog/>
- Vega, L. (2023). *El mapa de los productos más robados en los supermercados en España*. Business Insider España. [imagen] <https://www.businessinsider.es/mapa-productos-robados-supermercados-espana-1232160>