

**PLAN DE ESTRUCTURACIÓN DE LA INFORMACIÓN INTERNA &
MEJORA DE LA IMAGEN CORPORATIVA EXTERNA DE SICHUAN
GREEN TRIANGLE TECHNOLOGY LTD. CO.**

PLAN DE MEJORA.

Julián Camilo Díaz Ruiz

**Universidad Santo Tomás
Facultad de Negocios Internacionales
Opción de Grado – Práctica Profesional
Chengdu – Sichuan, China.
2020**

RESUMEN.

La práctica profesional, es la opción de grado que otorga la facultad de Negocios Internacionales de la *Universidad Santo Tomás* a sus estudiantes para que pongan a prueba en situaciones reales aquellos conocimientos y competencias adquiridos durante su recorrido académico.

El presente informe es el resultado final del plan de mejora ejecutado para *Sichuan Green Triangle Technology LTD. CO.* Quien se dedica al diseño especializado y la comercialización de invernaderos agrícolas y su equipamiento; específicamente el plan se direcciona al departamento de Mercadeo y Ventas, área en la que se desarrolló la práctica profesional durante de ocho meses.

AGRADECIMIENTOS.

Agradezco a mi familia por su confianza inquebrantable y apoyo implacable durante todo mi viaje personal y académico; a mis maestros por sus teorías y conceptos, pero más aun por aquellas enseñanzas que provienen de experiencias personales las cuales fueron fuentes de inspiración; a mis amigos y compañeros con los cuáles compartí y atravesamos esta hermosa experiencia universitaria.

INTRODUCCIÓN.

Escoger práctica profesional como opción de grado quiere decir que el estudiante pondrá a prueba los conocimientos y competencias adquiridas, estará en completa disposición de aprender de sus tutores, además, investigará y se reforzará para mejorar a su compañía anfitriona.

Las organizaciones competitivas trabajan cada día para ofrecer productos y servicios de calidad para así generar beneficios económicos a sí misma y a sus colaboradores una vez han entregado valor a sus clientes. Desde el interior de *Sichuan Green Triangle Technology CO.*, en su departamento de mercadeo y ventas existió un equipo de personas capacitadas que trabajan conjunta y ordenadamente con vista en objetivos comunes y diseñaban estrategias sostenibles para mantener la imagen de la compañía a la vanguardia de las tendencias del mercado y las exigencias de sus clientes, sin embargo es natural que el paso del tiempo debilite el liderazgo y la comunicación haciendo creciente el sentido de individualismo lo cual produjo que cada una de las personas del departamento comenzaran a crear sus propios contenidos de mercadeo para su red de clientes, descuidando por completo los recursos centrales como el catálogo de productos principal, sitio web, diseños de plantillas, colores institucionales, hasta los propios formatos de factura.

Este plan de mejora al departamento de mercadeo y ventas de *Sichuan Green Triangle Technology CO. LTD.* relata cómo mediante la estructuración y estandarización de la información interna y los recursos visuales informativos se mejora la imagen externa de la compañía y se transforman en fortalezas las debilidades del departamento para el cual se realizó la práctica profesional.

CONTENIDO.

PARTE 1. LA EMPRESA.

- 1. SICHUAN GREEN TRIANGLE TECHNOLOGY CO., LTD.**
 - 1.1. ASPECTOS GENERALES.**
 - 1.1.1. MISIÓN.**
 - 1.1.2. VISIÓN.**
 - 1.1.3. VALORES.**
 - 1.1.4. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.**
 - 1.1.5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.**
 - 1.2. UNIDAD O DEPARTAMENTO DONDE SE DESARROLLA LA PRÁCTICA.**
 - 1.2.1. ANÁLISIS D.O.F.A.**
 - 1.2.1.1. FORTALEZAS.**
 - 1.2.1.2. OPORTUNIDADES.**
 - 1.2.1.3. DEBILIDADES.**
 - 1.2.1.4. AMENAZAS.**

PARTE 2. PLANTEAMIENTO PLAN DE MEJORA RESPECTO A LA PRÁCTICA PROFESIONAL.

- 2.1. PLANTEAMIENTO DEL CENTRAL INFORME.**
- 2.2. IMPORTANCIA, ALCANCES Y LIMITACIONES.**
- 2.3. OBJETIVOS.**
 - 2.3.1. OBJETIVO GENERAL DEL INFORME DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.**
 - 2.3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

PARTE 3. PLAN DE MEJORA.

- 3.1. PROPUESTA DE MEJORA.**
- 3.2. CONCLUSIONES.**

PARTE 4. SEGUIMIENTO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.

- 4.1. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES EN LA ORGANIZACIÓN.**
 - 4.1.1. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS TRAZADOS POR MES.**
 - 4.1.1.1. CICLO 1: Tipo inducción.**
 - 4.1.1.2. CICLO 2: Tipo práctico.**
 - 4.1.1.3. CICLO 3: Tipo práctico y desarrollo del plan de mejora.**
 - 4.1.1.4. CICLO 4: Tipo práctico y ejecución del plan de mejora.**

5. ANEXOS.

6. BIBLIOGRAFÍA.

PARTE 1. LA EMPRESA.

1. SICHUAN GREEN TRIANGLE TECHNOLOGY CO., LTD. < *GT Greenhouse* >

1.1. ASPECTOS GENERALES.

1.1.1. MISIÓN.

“We are ***Sichuan Green Triangle Technology CO., LTD.*** A greenhouse company based in Chengdu, China. Our manufacturer was founded in 1995, representing more than 25 years of experience in the market, our mission is to provide products of the highest quality and the best service to our customers in order to build a long-term relationship together. We offer all the different types of greenhouses, every complementary system and spares related to them with guarantee and shipping worldwide”.

1.1.2. VISIÓN.

“***Sichuan Green Triangle Technology CO., LTD.*** Is going to be the leader in the Blackout Greenhouses market in prices and quality by 2024 for the American medicinal plant market”.

1.1.3. VALORES.

INTEGRIDAD Y ÉTICA PROFESIONAL: Capacidad de un profesional de conducirse de manera correcta (respeto, puntualidad, honestidad) y transparente, beneficiando y mejorando su entorno, las relaciones con sus compañeros y con sus clientes.

PROACTIVIDAD: El trabajador no se limita a las tareas puestas por sus superiores, siempre hace más y va más a fondo con sus actividades de forma ágil y audaz promoviendo soluciones a problemas presentes asegurando resultados sobresalientes y progreso en su carrera.

ENFOQUE: Capacidad de mantenerse concentrado y determinado a alcanzar sus objetivos de forma audaz y manteniendo la ética profesional como lineamiento principal de su conducta.

1.1.4. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.

Ubicado en la zona reconocida como el Business Center de la ciudad de Chengdu en la dirección exacta:

No. 2504, Floor 25, Unit 1, Bldg. 1, No. 401, Sheng'an Street, High-Tech Zone, China (Sichuan) Free Trade Test Zone, Chengdu - Sichuan, China.

1.1.5. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

Sichuan Green Triangle Technology CO., LTD. Se divide en el departamento de mercadeo y ventas, el cual se encarga directamente de generar y ejecutar estrategias en conjunto, para incrementar el volumen de ventas de la compañía; el departamento de recursos humanos, se encarga de la gestión de todos sus empleados en cuanto a contratos laborales, nóminas, control de horarios, bienestar. Estos departamentos son direccionados por la Gerencia General y por lo tanto rinden cuentas a su CEO, quien también es motor de ventas para la compañía.

Revisar anexo, diagrama de la estructura organizacional.

Revisar anexo 1.

1.2. UNIDAD O DEPARTAMENTO DONDE SE DESARROLLA LA PRÁCTICA.

La práctica profesional se desarrolló en el departamento de **Mercadeo y Ventas**, específicamente en el cargo de **Asistente de Mercadeo y Ventas**.

Las tareas desarrolladas en el cargo fueron:

1. Ayuda en la identificación de nuevas oportunidades de negocio (nuevos nichos no alcanzados) y formulación de estrategias.
2. Identificar potenciales clientes, mediante Alibaba's RFQs, LinkedIn, Facebook, Foros, y diferentes plataformas de comercio B2B de alcance global (MadeinChina.com, Tradeindia.com, etc.)
3. Edición del sitio web de la compañía.
4. Edición de productos en el catálogo electrónico.
5. Elaboración de materiales de mercadeo con fines publicitarios.
6. Elaboración de materiales de apoyo para el proceso de ventas (Diseño de formatos de cotizaciones, Imágenes informativas, videos).
7. Entrenamiento a compañeros en el inglés oral para los negocios.
8. Participar y apoyar en las negociaciones con los clientes en casos necesarios.
9. Manejo intensivo de la plataforma *Alibaba Supplier* (Publicación de Productos, recepción y seguimiento de clientes.)

1.2.1. ANÁLISIS D.O.F.A

1.2.1.1. FORTALEZAS.

- GT Greenhouse es una empresa competitiva en el mercado electrónico de la comercialización de Invernaderos y equipo complementario para la agricultura sostenible.
- Equipo de trabajo pequeño, personal exactamente necesario.
- Canales de comunicación directos y efectivos entre empleados y directivo.

- Tiene experiencia en el diseño, venta y transportación de Invernaderos en todos los continentes del mundo y más de 25 países.
- Sus principales clientes provienen del mercado estadounidense.

1.2.1.2. OPORTUNIDADES.

- La empresa reconoce el crecimiento del mercado del cannabis legal en América y tiene la posibilidad de fortalecer su negocio en el continente occidental.
- La apreciación del dólar americano con respecto al yuan chino mejora el clima de los negocios entre la compañía *GT Greenhouse* y empresas estadounidenses haciendo sus productos mucho más baratos en ese país.

1.2.1.3. DEBILIDADES.

- *GT Greenhouse* al ser una compañía comercializadora relativamente nueva (desde el 2018) carece de estética en la imagen que proyecta al exterior mediante su página web, redes sociales, imágenes de portada en los productos, materiales de apoyo y etc. Los cuales se caracterizan por su baja atraktividad.
- El material de apoyo como imágenes de productos, infografías, catálogos, videos se han mantenido como material individual de cada vendedor, es decir que existen desventajas en la calidad del material que se posee entre ellos mismos.
- A pesar de que los productos de la empresa son revisados por gran número de personas, se puede evidenciar que el material expuesto dentro de los productos (Descripción del Producto) carece de orden optimo y atraktividad.

1.2.1.4. AMENAZAS.

- El desorden en la información y materiales de venta internos de la empresa puede ser un causal de la pérdida de clientes por falta de consistencia.
- Así como la apreciación del dólar mejora las oportunidades en el mercado estadounidense, la misma situación endurece la relación con otros países que enfrentan la depreciación de sus monedas para los cuales los productos de la compañía se harán significativamente más costosos.
- importante las oportunidades de negocio con empresas del país rival.
- Entrada de más firmas comercializadoras al mercado, haciendo más tensa la competitividad y ajustando los márgenes de ganancia.
- Coronavirus, la situación de la epidemia en el país hizo que las operaciones de la fábrica, oficina y el ritmo en general de todas las ciudades chinas parara por completo afectando la confianza con los clientes internacionales.

PARTE 2. PLANTEAMIENTO PLAN DE MEJORA RESPECTO A LA PRÁCTICA PROFESIONAL.

2.1. PLANTEAMIENTO CENTRAL DEL INFORME DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL. (Partiendo de los puntos 1.4.1.3 Debilidades y 1.4.1.4 Amenazas).

Sichuan Green Triangle Technology CO., LTD. Es la compañía ágil y transparente de asesoramiento y ventas en el mercado de Invernaderos agrícolas y su equipamiento en general, es competitiva entre la estrecha competencia pues posee amplio conocimiento y experiencia en las plataformas de comercio electrónico B2B más grandes de Asia y el mundo. Pese a sus fortalezas, han sido identificadas flaquezas en su *información interna* de trabajo y su *imagen corporativa* la cual carecía de estética, o mejor, marketing visual acorde con lo que debería ser su identidad, lo cual compromete la relación con los nuevos y futuros clientes potenciales.

El contenido visual es cada vez más influyente en la era de la digitalización, y debe ser usado como un arma de guerra en el ambiente competitivo que viven las infinitas firmas chinas que buscan sobresalir a los ojos de los compradores por medio de las plataformas de comercio electrónico; quiero decir, puede no importar lo que es el producto en sí, lo que importa es como este sea presentado y sea entendido por su nicho potencial.

En la oficina de GT Greenhouse la información de sus productos y servicios era desordenada, confusa, robusta y difícil de entender a primera vista. En cuanto a las herramientas visuales e interactivas como el sitio web; infografías; avisos; descuentos; imágenes y descripción de producto; notificaciones y formatos de documentos oficiales, los cuales se caracterizaban por su poca atractividad y bajo desempeño que reflejaban falta de identidad y baja energía de la compañía.

Cada vendedor era dueño de su propio contenido, tal situación ponía en desventaja a sus compañeros y amenazaba a la organización ya que, al rotar algún vendedor, el nuevo debería iniciar creando su propia base de contenido, afectando la calidad y la línea de diseño. Todo lo anterior hacía peso en contra de la imagen externa de la compañía en general.

Gracias a estas debilidades identificadas las cuales representan una amenaza para la compañía surge el plan de mejora para la organización, el cual será detallado más adelante.

2.2. IMPORTANCIA, ALCANCES Y LIMITACIONES.

Partiendo del planteamiento central (2.1) Indique la importancia limitaciones y alcances de su trabajo de prácticas profesionales.

- **IMPORTANCIA:**

1. La dinámica e interacción entre clientes y vendedor se hará mucho más ágil y productiva al tener la información en orden y disponible en condiciones iguales entre compañeros.

2. La imagen de la organización es un activo que debe ser acreditado y construido durante el tiempo.
 3. Todos los vendedores deben estar en igual ventaja de material de apoyo disponible para sus actividades comerciales.
- **ALCANCES:**
 1. Los colaboradores se comprometerán con la nutrición de la fuente de información para hacerla más fuerte y optimizada en el largo plazo.
 2. No habrá dependencia de la organización con ninguno de los colaboradores que se apropie de la información, porque tendrá una fuente central nutrida.
 3. Nuevos vendedores podrán contar con una fuente de herramientas y/o material visual disponible desde su primer día.
 4. La imagen que refleja la empresa alude al fenómeno de la primera impresión que se tiene sobre algo o alguien y como nuestro cerebro es capaz de construirla en los primeros segundos, de esta forma la imagen que verá el público de la organización la cual estará llena de energía, viveza y buena definición, con seguridad retribuirá desde el corto plazo.
 - **LIMITACIONES:**
 1. Falta de software óptimo para la edición y la producción de nuevos diseños visuales.
 2. Los vendedores podrían negarse a transferir la información para el uso conjunto.

2.3. OBJETIVOS.

2.3.1. OBJETIVO GENERAL DEL INFORME DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.

Crear un plan de estructura a la información interna y mejorar la calidad visual de la imagen externa de la compañía así maximizar el potencial de atraer más clientes y generar más ventas para *Sichuan Green Triangle Technology CO., LTD.*

2.3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Recolectar todo recurso/material informativo y/o visual que cada uno de los vendedores use individualmente en sus procesos de venta.
2. Estandarizar mediante la *edición gráfica*, todos los recursos y materiales de uso interno y de apoyo en el proceso de ventas: catálogo, descripciones de productos, videos institucionales, infografías, banners publicitarios, formatos de cotización y factura, avisos internos, sitios web.
3. Estructurar y crear una base de datos comunitaria compuesta de múltiples archivos con la información organizada y estandarizada sobre productos,

material de apoyo y todo recurso informativo y visual que puedan usar los vendedores en sus procesos de venta.

PARTE 3. PLAN DE MEJORA.

3.1. PROPUESTA DE MEJORA.

De acuerdo con el inciso número 2.1. (PLANTEAMIENTO CENTRAL DEL INFORME DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL).

Identificando oportunamente las debilidades del área de marketing y ventas de la compañía surge el *Plan de estructuración de la información interna y mejora de la imagen corporativa externa*:

El cual propone **responsabilizar** una persona dentro del departamento de las siguientes actividades:

- A. **Recolección** de la información (Entiéndase por información: imágenes, contenido de producto, y material de apoyo en general) entre los vendedores y asistentes contemporáneos.
- B. **Estandarizar, Diseñar y editar** todo material visual existente y el nuevo que la empresa necesitará para desarrollar su imagen corporativa externa, esto incluye: sitio web, imagen de producto, descripción de producto, banners publicitarios, notificaciones, formatos oficiales, imágenes y videos corporativos, catálogo y material de apoyo en el proceso de ventas en general.
- C. **Estructurar** la información estandarizada dentro de una **Base de Datos**, que sea intuitiva y fácil de explorar para los existentes y futuros compañeros del departamento.
- D. **Nutrir** la base de datos con la nueva información diseñada y voluntariamente creada por los compañeros.

Además de ejecutar el anterior proceso de plan de mejora el encargado deberá:

- A. **Modificar** las descripciones de todos los productos publicados hasta su fecha poniendo en el estándar a todos los productos del catalogo de Alibaba.
- B. **Apoyar** en la publicación masiva de productos en las diferentes plataformas de comercio electrónico B2B.
- C. **Duplicar** al nuevo compañero que reemplazará en el cargo en caso de conocimiento de retiro próximo de la empresa.

Uno de los fines para estandarizar y estructurar la información será introducir a los compañeros en un contexto de igualdad de herramientas para que exista un

ambiente de competencia saludable entre colegas, lo cual será promovido en las reuniones hechas aleatoriamente por el departamento.

El estudiante ha asumido esta responsabilidad de plan de mejora como tarea extra a sus actividades base en la compañía, con el objetivo de hacer las debilidades identificadas, fortalezas sostenibles en el tiempo y así dejar su huella en *Sichuan Green Triangle Technology CO., LTD.*

3.2. PROCESO Y CONCLUSIÓN.

En primera instancia, se llevó a cabo un ofrecimiento e introducción de borradores de “muestra” del *Plan de estructuración de la información interna y mejora de la imagen corporativa externa* a la administradora a cargo del departamento encontró un claro potencial en el proyecto. Lo que para el estudiante significaba un desafío obtener su aprobación.

La recolección de la información y material existente fue ágil y sin complicaciones por parte de los compañeros, pues se descubrió que ellos también estaban buscando una solución para el desorden de la información.

Una vez clasificada la información y armando borradores de lo que sería el esquema de la nueva **base de datos** comunitaria, se vio la magnitud de todos los archivos que deberían ser editados entonces se decidió trabajar desde cero en ellos y lanzar formatos limpios y nuevos. El proceso se acordó con la jefe en el siguiente orden de pasos:

- A. Diseño y creación del archivo en borrador.
- B. Enseñar los borradores al equipo y jefe.
- C. Recibir retroalimentación.
- D. Diseño final.
- E. Nutrir la **base de datos**.

Después de varias semanas de inversión en la edición del material, el trabajo rindió frutos, pues las ideas occidentales frescas del estudiante gustaron al equipo. Fue modificado por completo el sitio web; formato de cotización; factura; banners informativos, promocionales; notificaciones y avisos; material y manuales de apoyo de ventas; imágenes y descripciones de producto; infografías en general.

Se mencionó en dentro de las limitaciones en el inciso 2.2. que hacía falta un programa de diseño para la edición de los archivos, pero sólidos conocimientos en los programas estándar de Microsoft Office, se logró llevar acabo el trabajo de forma satisfactoria.

Durante una reunión con los dos jefes superiores, se llegó a la conclusión de que las próximas generaciones de personas en el cargo deben estar dotadas de habilidades en mercadeo y diseño para seguir aportando de esta forma a este proyecto dentro del departamento, para el cual se comprometieron a buscar perfiles óptimos para mantener la cultura de información estandarizada y diseñada con el nuevo código de GT Greenhouse así mantener impecable la imagen de la compañía frente a sus clientes y competidores.

Teniendo toda la información recolectada y estandarizada bajo un nuevo código de diseño, se dio paso a la estructuración y creación de la **base de datos** que consiste de diferentes carpetas las cuales contienen los recursos de apoyo, útiles y necesarios en archivos pdfs, imágenes, videos y plantillas. La base de datos fue cargada en el servidor compartido de la oficina a disposición de todos los computadores que se conectarán al mismo.

Es posible afirmar que el proyecto ha sido satisfactorio, se logró concretar con todos los objetivos planteados, todos los cambios realizados generaron una mejora notable a la identidad e imagen de la compañía pues todos los recursos visibles al público son coherentes a un mismo código de diseño además el proyecto ayudo a que el departamento se uniera y aportara proactivamente para la creación de una base de información centralizada y estandarizada además completamente organizada ayudó a nuevos trabajadores que llegaron en meses posteriores.

PARTE 4. SEGUIMIENTO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.

4.1. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA ORGANIZACIÓN.

Al llegar a *GT Greenhouse* se pusieron en marcha las actividades negociadas para desarrollar desde el filtro de selección, entrevista. (ya mencionadas en el inciso 1.2.), de forma muy amigable fue guiado por sus compañeros y jefes por todas las actividades que se agrupan en las diferentes cuatro clasificaciones que se exhiben en el siguiente cuadro:

Tipos	Actividades
Inducción	<ul style="list-style-type: none">• Empresa, productos y servicios.• Educación en el campo de tecnología agrícola.• Plataformas de comercio electrónico B2B.• Manejo de clientes• Salida de campo.

Práctico	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de productos en diferentes plataformas. • Recepción de clientes potenciales. • Seguimiento de clientes. • Identificación y contacto con clientes potenciales y grupos de clientes en redes sociales.
Desarrollo de Plan de Mejora.	<ul style="list-style-type: none"> • Se mantienen las actividades del tipo <i>Práctico</i>. • Se identifican debilidades en su imagen externa y el manejo de los materiales de apoyo internos (mencionadas en el inciso 1.2.1.3.) • Se propone el <i>Plan de estructuración de la información interna y mejora de la imagen corporativa externa</i>.
Ejecución de Plan de Mejora	<ul style="list-style-type: none"> • Se mantienen las actividades del tipo <i>Práctico</i>. • Se ejecuta la lista de actividades correspondientes al <i>Plan de estructuración de la información interna y mejora de la imagen corporativa externa</i>. Mencionadas en el inciso 3.1.

Este fue un esquema básico del cual se ramificarán las diversas actividades llevadas a cabo por el estudiante, las cuales serán detalladas por ciclos en el siguiente inciso.

4.1.1 CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS TRAZADOS POR MES.

CICLO I	Actividad Tipo – Inducción.	Logro	Dificultad
Nov 11 – Nov 15.	Inducción a la compañía GT Greenhouse.	Relacionamiento con la compañía y compañeros.	Fueron los primeros días hablando en inglés con nativos chinos.
Nov 13 – Nov 20.	Educación en agricultura bajo invernaderos, mediante documentales, videos manuales y libros.	Conocer nuevas tecnologías para el campo.	Los métodos modernos de agricultura contrastaron con conocimiento previo.
Nov 18 – Nov 22.	Inducción por todos los productos y servicios mediante el catálogo de productos.	Gracias al repaso previo, fue fácil entender el funcionamiento de los productos en su contexto.	El catálogo de productos fue difícil de entender, por su extensión y densidad de texto.
Nov 25 – Nov 29.	Inducción la plataforma <i>Alibaba Supplier</i> en general a todas sus áreas de trabajo.	Relacionamiento con la plataforma de e-commerce B2B más grande del mundo.	Tecnicismos de la plataforma en inglés.

Nov 26 – Nov 28.	Inducción en el mundo de las keywords, para la publicación de productos.	Entender el uso táctico de las keywords dentro de Alibaba.	X
CICLO II	Actividad Tipo – Práctico	Logro	Dificultad
Nov 29 – Ene 3.	Administración y publicación de productos en <i>Alibaba</i> . (<i>Actividad fija durante la pasantía</i>)	Consiguió ordenar en un modelo mental la descripción de los productos y publicar +25 productos al día.	La información para crear los productos era desorganizada, poco entendible.
Nov 29 – Ene 3.	Herramienta de CRM de Alibaba Supplier, dado el posterior punto se empezó hacer contactos con clientes potenciales diariamente.	Contactar los primeros clientes internacionales.	En todo momento debía estar haciendo preguntas a los compañeros.
Dic 9 – Ene 3.	Alibaba's RFQs (Request for Quote). (<i>Actividad fija durante la pasantía</i>)	Conocer un medio para encontrar clientes que no se contactan directamente.	La elaboración de las primeras propuestas de negocio.
Dic 16 – Dic 27	Otras plataformas B2B. <i>Madeinchina.com</i> <i>Tradeindia.com</i> Registrar la compañía y publicar productos y tarjetas de contacto.	Conocer el procedimiento de registro para negocios en estas plataformas.	X
Dic 30	Salida a 4 complejos de invernaderos en la región. Visita para tener perspectiva y magnitud de los productos.	Ampliar los límites sobre grandes proyectos invernaderos.	X
CICLO III	Actividad Tipo – Práctico + Desarrollo Plan de Mejora.	Logro	Dificultad
Ene 6 – Ene 14.	Administración y publicación de productos en <i>Alibaba</i> . (<i>Actividad fija durante la pasantía</i>)	25 productos por día.	X
Ene 6 – Ene 14.	Alibaba's RFQs (Request for Quote). (<i>Actividad fija durante la pasantía</i>)	COMPLETAR	X
Ene 6 – Ene 14.	Recepción y seguimiento de clientes alcanzados con la publicación de productos.	Reducir el número de preguntas para obtener la información clave del target.	X

Dic 31 – Ene 14.	Investigación de debilidades y formulación del <i>Plan de estructuración de la información interna y mejora de la imagen corporativa externa.</i>	Desarrollo de un plan de mejora específico sobre las debilidades.	*Encontrar debilidades clave a ser desarrolladas dentro de mi alcance.
CICLO IV	Actividad Tipo – Práctico + Ejecución Plan de Mejora.	Logro	Dificultad
Ene 15 – Jun 29.	Administración y publicación de productos en <i>Alibaba.</i> (<i>Actividad fija durante la pasantía</i>)	25 productos por día.	X
Ene 15 – Jun 25.	Alibaba's RFQs (Request for Quote). (<i>Actividad fija durante la pasantía</i>)	Seleccionar y Responder 5 RFQ's por día.	X
Ene 15 – Jun 30.	Recepción y seguimiento de clientes alcanzados con la publicación de productos.	X	X
Ene 20.	Visita a la fábrica <i>Chengdu Steel Structures CO. Ltd.</i>	Aprender el proceso de manufactura de la estructura de un invernadero.	X
Ene 22 – Feb 10.	RECESO	Año nuevo chino	Etapa Coronavirus
Feb 11 – Feb 17.	Recolección de la información entre compañeros.	Definir que la información está completamente des estandarizada.	X
Feb 18 – Feb 19.	Reunión con jefe para definir las prioridades y lineamientos de la reestructuración de la información. <i>Se crea una estructura de base de datos.</i>	Puntos adecuados a los objetivos planteados.	X
Feb 20 – Mar 15.	Modificación al " <i>Alibaba's web site</i> " y todo material relacionado a este (Banners, imagen principal de producto, Tarjeta de contacto, etc.). Revisar Anexo 5.	Uso productivo de herramientas básicas de Microsoft Office.	Falta de un software especializado.

Mar 16 – Mar 19.	Modificación de formatos oficiales (factura, factura proforma y propuesta de proyecto). Revisar Anexo 2.	Uso productivo de herramientas básicas de Microsoft Office.	X
Mar 19 – Mar 21.	Creación de banners de publicidad con información interna de la compañía. Revisar Anexo 3.	Uso productivo de herramientas básicas de Microsoft Office.	Adaptación al gusto de los chinos.
Mar 23 – 27.	Rediseño del formato y estructura de la descripción de producto en la plataforma Alibaba. Revisar Anexo 2.	Uso productivo de herramientas básicas de Microsoft Office.	X
Mar 30 – Abr 15.	Modificar todos los productos publicados existentes con el nuevo formato.	Modificar 960 productos en línea.	Trabajo bastante rudimentario y rutinario.
Abr 11 – Abr 20.	Elaboración de dos video tutorial para el ensamble de producto accesorio de invernadero. (Rolling Bench). Para clientes en América y China.	Editar video satisfactoriamente con material escaso y enredado.	Falta de licencia de software especializado para editar videos.
Abr 21 – Abr 24.	Recepción de nuevo material de apoyo en productos para ser editado con el formato nuevo. Revisar Anexo 4.	Mayor agilidad.	X
Abr 27 – May 18.	Modificación de catálogo de productos de la compañía. Revisar Anexo 6. Verificar PDF adjunto. GtGreenhouse Catalogue 2020.	Editar catálogo con herramientas convencionales de Microsoft Office.	-Especificaciones y tecnicismos. -Larga extensión de información.
May 19.	Con toda la información estandarizada se procede a organizar cada archivo en las carpetas de la base de datos . Revisar Anexo 7.	Se consigue el objetivo en un día completo de enfoque.	X
May 25 – Jun 2.	Visita a la fábrica; toma de material y realización de videos. 1. Producto: Blackout Curtain. 2. Fábrica.	X	X

5. ANEXOS.

Anexo 1.



- Organigrama. Elaboración propia.

Anexo 2.



GT Greenhouse

APPLICATION AREAS





We are **Sichuan Green Triangle Technology CO., LTD.** A greenhouse company based in Chengdu, China. Our manufacturer was founded in 1995, representing more than 25 years of experience in the market, our mission is to provide products of the highest quality and the best service to our customers in order to build a long-term relationship together. We offer all the different types of greenhouses, every complementary system and spares related to them with guarantee and shipping worldwide.

Our professional team is qualified to support you and solve any question that you have.

OUR SERVICE



Research

We work with the best knowledge and technology.



Design

Our designers will develop your idea according to your preferences.



Manufacture

We produce working with the best materials and technology.



Logistics

Efficient ICOTERM selection according to your needs.



Installation

We will send engineers who can help you to develop your greenhouse in the right way.



Post-sale

We are going to be always available in order to solve any problem that you may have.

Certifications



WORK FLOW

Raw Materials

Roll Steel

Making Galvanized Steel Pipe



Bend Arch

Spare Parts

Gutter Cutting

Packing & Loading



PACKING & SHIPPING

Standard long-distance sea-transportation packing.

1. Big steel material is nude packing.
2. Small Steel Material is put in bags.
3. Motor and electric machinery are put in carton.
4. All the materials are put in containers.





GT Greenhouse
SICHUAN GREEN TRIANGLE TECHNOLOGY CO., LTD.



Emily Zhang
Sales Engineer

Mobile Phone
WhatsApp / WeChat **(+86) 15982417904**

E-mail: emily@gtgreenhouse.com

24 HOURS ONLINE

Address: A-2503, Sheng'an Street, High - Tech Zone, China (Sichuan)
Free Trade Test Zone, Chengdu, Sichuan, China (Mainland)

- Diseño de la descripción de los productos. Elaboración propia.

Anexo 3.



NOTICE:

Dear customers, we are happy to tell you that The **GT Greenhouse** Company is **Back to Work**, ready to answer your questions and quotes.

In an extended schedule: **Monday to Saturday**
9:00 A.M. - 6:00 P.M.
(Chinese time)



GT Greenhouse

Dear customers, we are happy to notice you that all our workers and work areas are safe, risks are covered and under control.

The *GT Greenhouse Company* is **Back to Work**, ready to answer your questions and quotes.

In an extended schedule: **Monday to Saturday**
9:00 A.M. - 6:00 P.M.
(Chinese time)

Special Season

3% OFF



- Infografías e imágenes publicitarias. Elaboración propia.

Anexo 4.



GT Greenhouse



GT Greenhouse



GT Greenhouse



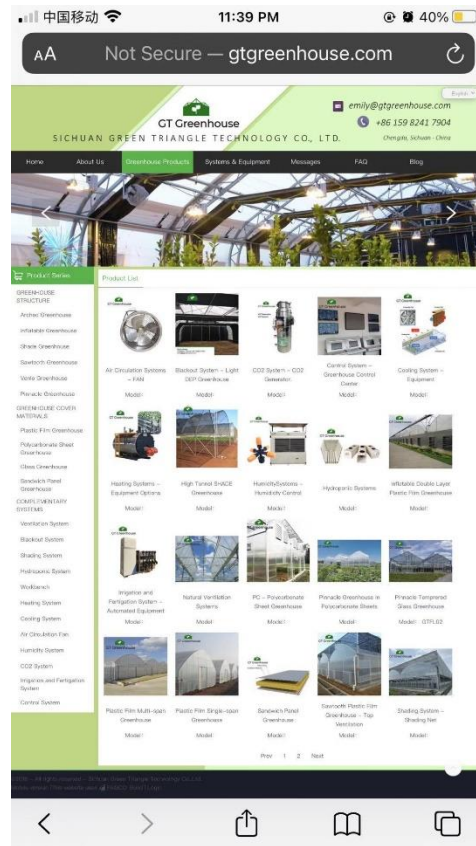
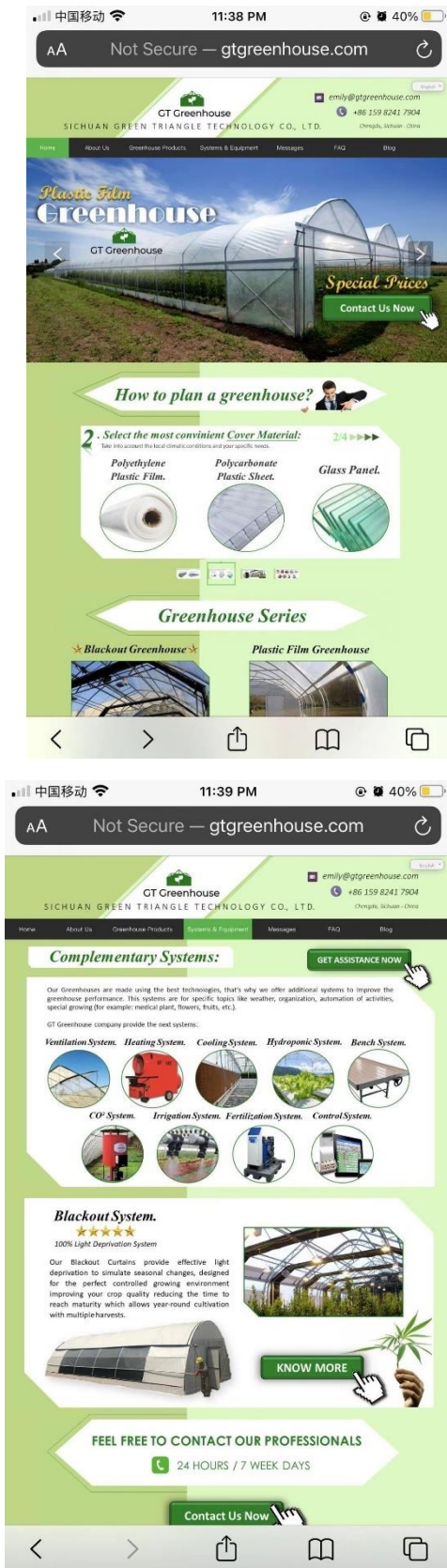
GT Greenhouse



- **Imágenes de producto. Elaboración de plantilla propia.**

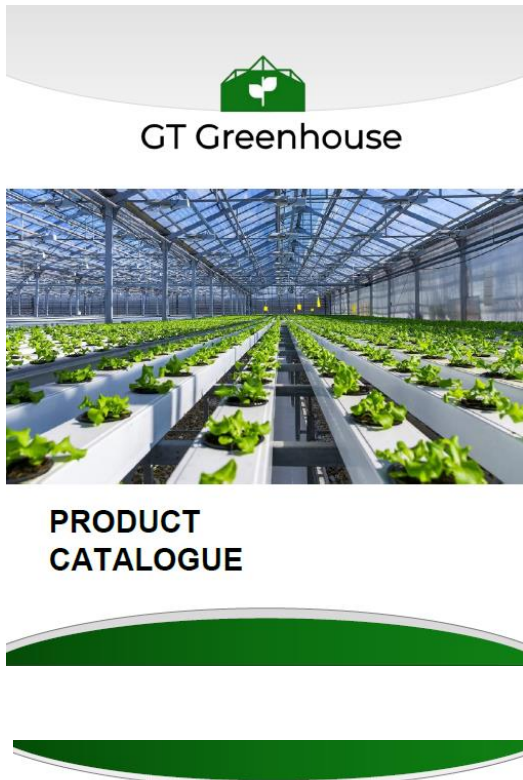
Anexo 5.

Verificar en www.gtgreenhouse.com



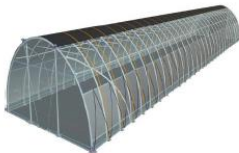
• Website. Elaboración propia.

Anexo 6.



1. Structure:

A. Single – Span Greenhouse.



This type of Greenhouse is a simple and easy-to-assemble single-tunnel structure. It can be naturally ventilated on both sides, the front and rear ends can be installed sliding doors. A layer of sunshade net can be added outside the shed to reduce the temperature inside. Offers an excellent resistance under heavy climatic conditions like wind, rain and snow.

B. Multi – Span Greenhouse.



This Greenhouse composed of multiple tunnels offers higher advantages over a single-span greenhouse in terms of larger space for crops, stronger resistance for heavy climatic conditions, also can be added multiple systems of weather manipulation to make your business efficient and profitable.


GT Greenhouse

1. The Company:

Who we are and what we do?

Greenhouse Series:

2. Structure:

- A. Single-span Greenhouse.
- B. Multi-span Greenhouse.

3. Structure Style:

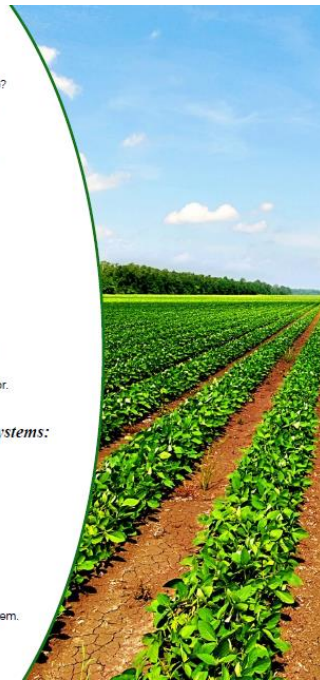
- A. Arched Greenhouse.
- B. Inflatable Greenhouse.
- C. Sawtooth Greenhouse.
- D. Shade Greenhouse.
- E. Venlo Greenhouse.
- F. Pinnacle Greenhouse.

4. Cover Materials:

- A. Polyethylene Plastic Film.
- B. Polycarbonate Sheet.
- C. Sandwich Panel Steel Color.
- D. Glass Panel.

5. Complementary Systems:

- A. Ventilation Systems.
- B. Blackout System.
- C. Shading System.
- D. Heating System.
- E. Air Circulation System.
- F. Cooling System.
- G. Humidity System.
- H. CO₂ System.
- I. Hydroponic System.
- J. Workbench System.
- K. Irrigation/Fertilization System.
- L. Control System.



3. Cover Materials:

A. Plastic Film.

Film made of *polyethylene plastic* can be used in a single/multi-span and single or double layer which is great diffuser of sunlight. Best-selling for its low cost and easier installation.

Available in:

- 80 Micron
- 100 Micron
- 150 Micron
- 200 Micron



B. PC Plastic Sheet.

Sheet made of hard polycarbonate plastic provides a good insulation effect and an excellent heat retention that helps to extend the growing season. Highly sold for its long lifespan, greater shatter resistance, simple installation and easy replacement of broken sheets.

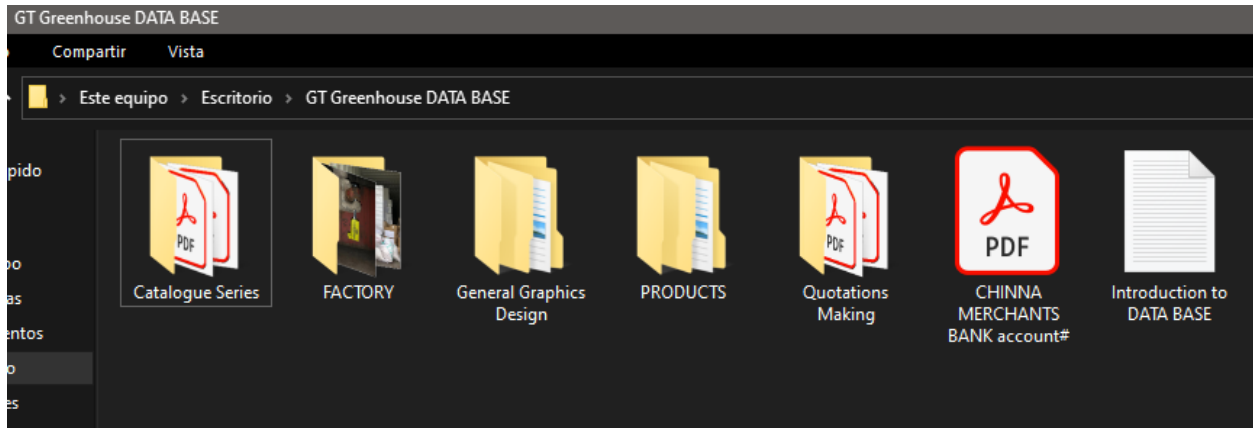
PROPERTY	METHOD	METHOD	UNIT	VALUE
Density	GB/T1534	D-1555	g/cm ³	1.2
Heat deflection temperature	GB/T1534	D-648	°C	135
Fire Rating	GB/T8624	UL94	Level	B1/V2
Service temperature - Long term	GB/T1036	D-696	°C	-50 a 100
Coefficient of linear thermal expansion	GB/T1036	D-696	mm/m°C	0.065
Tensile strength at yield	GB/T1040	D-538	Mpa	52
Elongation at break	GB/T1040	D-639	%	>80
Impact falling dart	GB/T14153A	ISO 6603-1	J	1/10
UV transmission	GB/T2650		%	0




GT Greenhouse

- **GT Greenhouse Catalogue 2020. Elaboración propia. Revisar archivo adjunto: *GT Greenhouse Catalogue 2020***

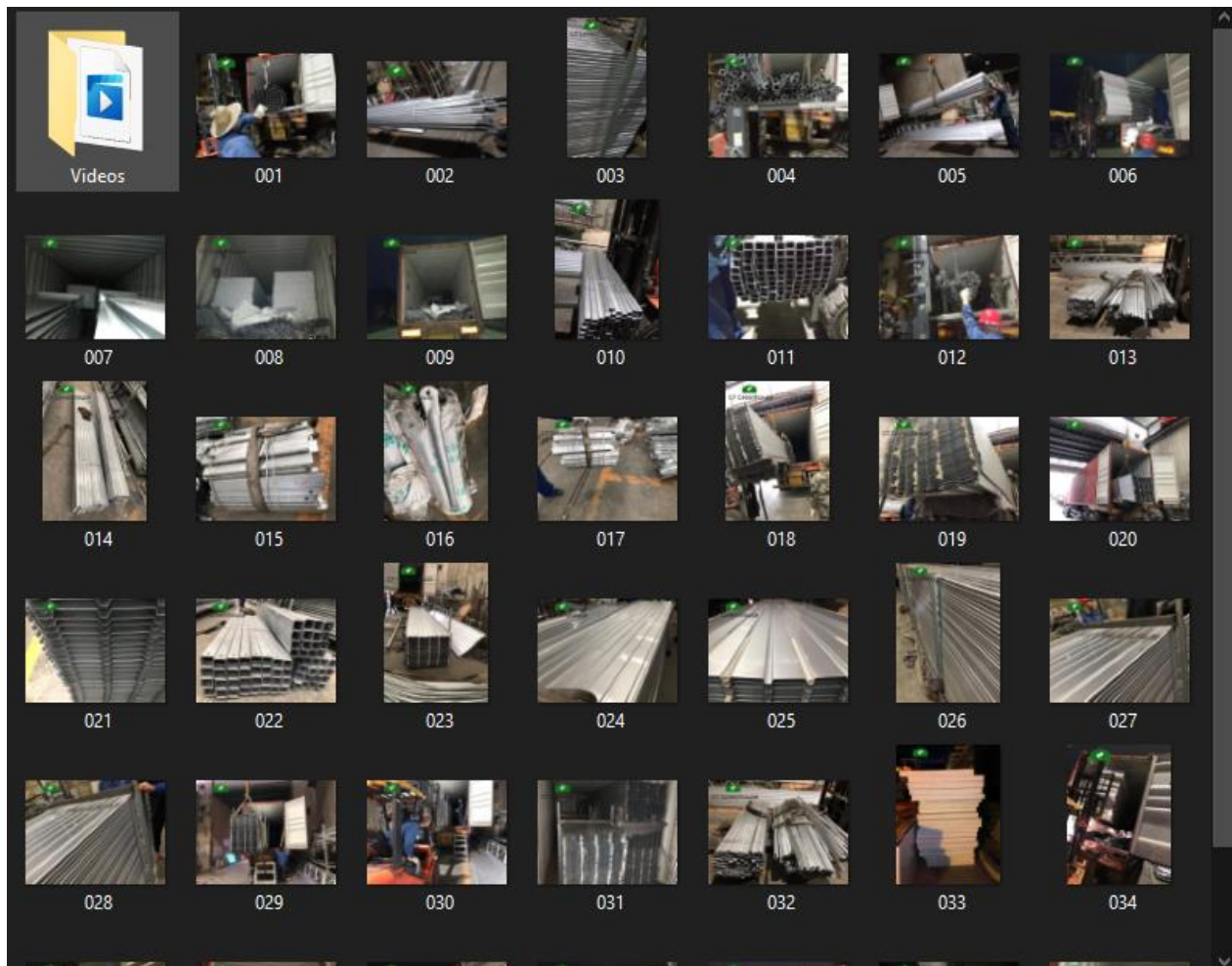
Anexo 7.



Nombre	Fecha de modificación	Tipo	Tamaño
📁 All catalogue material	13/07/2020 2:51 a. m.	Carpeta de archivos	
📄 Bonita's Catalogue 2020	18/06/2020 12:51 p. m.	Adobe Acrobat D...	5.372 KB
📄 CATALOGUE EMILY	13/05/2020 5:18 p. m.	Adobe Acrobat D...	5.402 KB
📄 CATALOGUE IRIS	13/05/2020 5:20 p. m.	Adobe Acrobat D...	5.416 KB
📄 CATALOGUE PENNY	14/05/2020 9:23 a. m.	Adobe Acrobat D...	5.358 KB
📄 CATALOGUE RAE	13/05/2020 5:57 p. m.	Adobe Acrobat D...	5.225 KB
📄 GT greenhouse Catalogue - pdf OLD VER...	11/02/2020 9:49 a. m.	Adobe Acrobat D...	1.091 KB
📄 Penny's Catalogue	9/05/2020 4:16 p. m.	Adobe Acrobat D...	2.039 KB
📄 Rack & Bench Equipment - Bonita Wu	29/06/2020 5:46 p. m.	Adobe Acrobat D...	552 KB
📄 Rack & Bench Equipment - Emily Zhang	1/07/2020 10:39 a. m.	Adobe Acrobat D...	559 KB
📄 Rack & Bench Equipment - Iris Luo	1/07/2020 10:51 a. m.	Adobe Acrobat D...	560 KB
📄 Rack & Bench Equipment - Penny Peng	1/07/2020 10:49 a. m.	Adobe Acrobat D...	559 KB
📄 Rack & Bench Equipment - Rae Zhang	29/06/2020 5:52 p. m.	Adobe Acrobat D...	561 KB

Nombre	Fecha de modificación	Tipo	Tamaño
📁 For Product FEED creation	13/05/2020 5:39 p. m.	Carpeta de archivos	
📁 High Score 550x500 (for product firts ima...	7/03/2020 5:54 p. m.	Carpeta de archivos	
📁 PRODUCTS images	13/03/2020 12:06 p. m.	Carpeta de archivos	
📁 Videos	1/07/2020 11:08 a. m.	Carpeta de archivos	

Nombre	Fecha de modificación	Tipo	Tamaño
Auto CAD	11/05/2020 3:43 p. m.	Carpeta de archivos	
Cover Materials	7/03/2020 5:54 p. m.	Carpeta de archivos	
Inflatable	7/03/2020 5:54 p. m.	Carpeta de archivos	
Multi Span	7/03/2020 5:54 p. m.	Carpeta de archivos	
Results	13/03/2020 12:06 p. m.	Carpeta de archivos	
Sawtooth	7/03/2020 5:54 p. m.	Carpeta de archivos	
Single Span	11/05/2020 3:47 p. m.	Carpeta de archivos	
Systems	27/05/2020 5:11 p. m.	Carpeta de archivos	



Nombre	Fecha de modificación	Tipo	Tamaño
TASKS	28/06/2020 11:00 a. m.	Carpeta de archivos	
150 Micro x 1000 sqm	30/04/2020 10:27 a. m.	Adobe Acrobat D...	62 KB
200 Micro x 1000 sqm	30/04/2020 10:28 a. m.	Adobe Acrobat D...	62 KB
Como Planear un Invernadero.	18/02/2020 9:46 a. m.	Documento de Mi...	1.913 KB
Como Planear un Invernadero.	18/02/2020 9:46 a. m.	Adobe Acrobat D...	358 KB
GT Greenhouse - 8x30m Single Span Gree...	20/02/2020 9:16 a. m.	Documento de Mi...	915 KB
GT Greenhouse - 8x30m Single Span Gree...	20/02/2020 9:07 a. m.	Adobe Acrobat D...	798 KB
Harry Bailey 001	15/02/2020 11:03 a. m.	Adobe Acrobat D...	789 KB
RAE 2.0	9/05/2020 4:16 p. m.	Adobe Acrobat D...	2.039 KB

equipo > Escritorio > GT Greenhouse DATA BASE > PRODUCTS > For Product FEED creation

The interface displays a grid of product information cards. Each card features a thumbnail image at the top and a title below it. The cards are organized into three rows:

- Row 1:** Applications, Buyer Feedback, Certifications, Company Introduction 1, Complementary Systems, EMILY, FAQs
- Row 2:** For Blackout, IRIS, Our Service, Packing And Shipping, PENNY, RAE 2.0, RAE
- Row 3:** Work Flow

6. BIBLIOGRAFÍA.

Wu Bonita, CEO. “*This is GT Greenhouse*”. Recuperado de:
www.gtgreenhouse.com/aboutus/col.jsp?id=101 7 de abril de 2020.

2005. **Gonzales Solas, Javier:** *Identidad Visual Corporativa*. Editorial Síntesis. Madrid. 2002.

2020. **Sichuan Green Triangle Technology.** *Products*.
www.gtgreenhouse.com

2020 **Sichuan Green Triangle Technology.** *Alibaba Profile:*
<https://grcagtech.m.en.alibaba.com/?spm=a2706.7835515.MSiteNewCompany.0.d7qtvfxgdh>

Santo Tomás en línea. (20 de agosto de 2017). La importancia de las prácticas profesionales. Recuperado de:
<https://enlinea.santotomas.cl/santo-tomas-en-la-prensa/cartas-y-columnas/la-importancia-las-practicas-profesionales/69167/>

