Informe final de práctica empresarial en Ulead International

Andrelis Alexandra Bonilla Benjumea

Práctica empresarial para optar el título de Profesional en Negocios Internacionales

Tutor

Henry Giovanny Moran Cuan

Magister en Administración de Empresas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2022

Dedicatoria

Dedico este trabajo de a mis padres Amid Bonilla Parodi y Fatima Benjumea Pérez, son el motor de mi vida y constante apoyo durante este y muchos procesos de mi vida y en mi proceso durante la universidad; Fueron los que me impulsaron cada día a ser mejor persona y dar lo mejor de mí para sacar hacia adelante mi profesión. Agradezco a cada uno de mis familiares por cada palabra de aliento por su apoyo constante, por motivarme cada día a no desfallecer a ese sueño. A mis docentes le agradezco cada palabra, cada exigencia durante estos cuatros años los cuales fueron importante y fundamental en mi proceso de formación, finalmente agradezco a mis compañeros por todo lo que vivimos en el proceso de formación y desearle éxitos en su vida de cada uno de ellos me llevo un recuerdo especial.

Agradecimientos

En primer lugar, los agradecimientos de este proyecto van dirigidos a Dios, ya que sin su bendición y su amor todo hubiera sido un fracaso, también agradecer a mis docentes los cuales fueron parte fundamental en mi proceso de formación ya que gracias a ellos obtengo un conocimiento laboral y personal para poder desempeñarme de la mejor manera.

Contenido

Introducción 11

1. Informe final de práctica empresarial e implementación de estrategias comerciales para la empresa Ulead International de México 12

2. Objetivo de la practica 12

2.1.Objetivo general ……..12

2.2. Objetivo especifico 12

3.Perfil de la empresa Ulead International…….12

3.1. Mision 12

3.2.Vision 13

3.3. Estructura organizacional……14

3.4.Portafolio de productos y/o servicios……..15

3.5.Perfil de Ingrid Orozco…….15

3.6. Datos del jefe inmediata…….....16

4. Cargo y funciones 16

4.1.Funciones asignadas..... 16

4.2 Funciones 16

4.3.Actividades para llevar a cabo las funciones 15

4.3.1.Investigacion de mercados 17

4.3.2.Contactos potenciales..... 17

4.3.4. Agenda de negocios y misiones comerciales 18

4.3.5.Desarrollo de eventos comerciales digitales 18

5.Marco conceptual……19

5.1. Marco conceptual y normativo especifico ……19

6.Aportes……19

6.1. Aportes de la estudiante a la empresa como valor agregado……19

6.2. Aportes de la empresa a la formación profesional de la practicante……20

7.Conclusiones……...20

Referencias ……21

Apéndices……...……...22

Lista de figuras

Figura 1. *Organigrama de la empresa Ulead International*..... 14

Figura 2. *CEO de Ulead International*……15

Figura 3. *Evidencia de comunicación entre empresarios……18*

Lista de apéndices **Pag**

Apéndice A. *Lista de confirmacion de agenda con empresarios mexicanos*..... 23

Apéndice B. *Agenda de empresarios en mison comercial con trinidad & tobago para la exportacion de aromatizantes y saborizantes de alimentos y bebidas* 24

Apéndice C. *Evidencia de reunión de empresario panameño y mexicano para la negociación de aderezo parrillero……24*

Resumen

En este informe se evidencia las diferentes investigaciones enfocadas en el análisis de mercados internacionales dirigida por la empresa Ulead International, que fueron realizadas por la practicante, Utilizando herramientas para la investigación de mercados como legis Comex, Trade map entre otras reconocer a la practicante un acercamiento a las industrias y compañías, esto con el fin de buscar nuevos mercados y clientes potenciales para sus empresarios. En el desarrollo de investigación e informes le permitió al estudiante poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de su programa de Negocios Internacionales.

Palabras clave: Investigación de mercados, Análisis y comportamiento del mercado, Empresa, Empresarios.

Abstract

This report shows the different investigations focused on the analysis of international markets led by the company Ulead International, which were carried out by the intern, using tools for market research as legis Comex, Trade map among others to recognize the practitioner an approach to industries and companies, this in order to find new markets and potential customers for their entrepreneurs. The development of research and reports allowed the student to put into practice the knowledge acquired throughout the International Business programme.

Keywords: Market research, analysis and market behavior, company, entrepreneur.

Glosario

Competitividad: La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado (Anzil, 2008).

Consultoría: Se puede definir como el servicio de asesorías especializadas e independientes al que apelan las empresas en diferentes sectores de la industria con el fin de encontrar soluciones a uno o más de sus inconvenientes de negocio o necesidades empresariales, que se apoya en temas de innovación, experiencia, conocimiento, habilidades profesionales métodos y herramientas (PricewaterhouseCoopers,2021).

Internacionalización Empresarial: Es el proceso en el que la compañía crea las condiciones para preparar la salida al mercado internacional, es la posibilidad de insertarse en dicho mercado o ampliar la vinculación al mismo (Duarte,2017).

.

Introducción

En este informe se evidencia las actividades realizadas durante la práctica empresarial por parte de la alumna Andrelis Alexandra Bonilla Benjumea en la empresa Ulead International ubicada en México, con el fin de optar al título como profesional en Negocios internacionales de la Universidad Santo Tomas, lo que permite a la estudiante poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el proceso académico, además le permite obtener nuevas habilidades para su desarrollo personal y profesional.

En el ámbito de estudios de mercados, la practicante desarrollo actividades enfocadas en la búsqueda de compañías y clientes, a su vez crear misiones comerciales las cuales los clientes y empresarios logran una comunicación para crear un comercio bilateral entre países.

1. Informe final de práctica empresarial e implementación de estrategias comerciales para la empresa Ulead International de México.

1.1 Justificación de la practica

Primeramente, la práctica profesional se define como una etapa de entrenamiento que permite que el estudiante potencialice sus habilidades y competencias favoreciendo y fortaleciendo su proceso de aprendizaje con base al conocimiento adquirido.

La práctica empresarial es de gran beneficio para los estudiantes universitarios que están a corto tiempo de iniciar su vida profesional, esta experiencia le permite afianzar cada uno de sus conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo de su proceso de información estudiantil.

Actualmente es muy importante obtener una experiencia para postularse en un trabajo, ya que le permite con mayor facilidad poder adquirirlo.

2. Objetivos de la practica

2.1 Objetivo general

Aumentar y fortalecer los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación estudiantil en el programa de negocios internacionales, mediante la ejecución de funciones delegadas por la empresa Ulead International.

2.2 Objetivos específicos

- Ofrecer acompañamiento y apoyo en la gestión de actividades.
- Contribuir en el asesoramiento y coordinación de las empresas.
- Implementar estrategias que incrementen la comercialización entre países.

- Apoyar a las empresas en la búsqueda de nuevos mercados.
- Desarrollar misiones comerciales.
- Apoyar en el proceso de investigación de nuevas compañías

3. Perfil de la empresa. Ulead International

La empresa Ulead International se encuentra ubicada en la ciudad de México, Ulead International es una organización enfocada en crear empresas líderes y de alto impacto en América latina e integrarlas en cadenas globales de valor.

Por medio de capacitación estratégica y en colaboración con instituciones certificadas; nacionales y globales, desarrolla y fortalece la competitividad, el crecimiento integral del equipo directivo y económico de las empresas, conectándolas y posicionándolas en mercados internacionales.

3.1 Misión

Ulead International tiene como misión mejorar la competitividad e integración empresarial en la región y en consecuencia el desarrollo económico con propósito e impacto social, mediante un trabajo estratégico, realizado en conjunto entre actores públicos y privados.

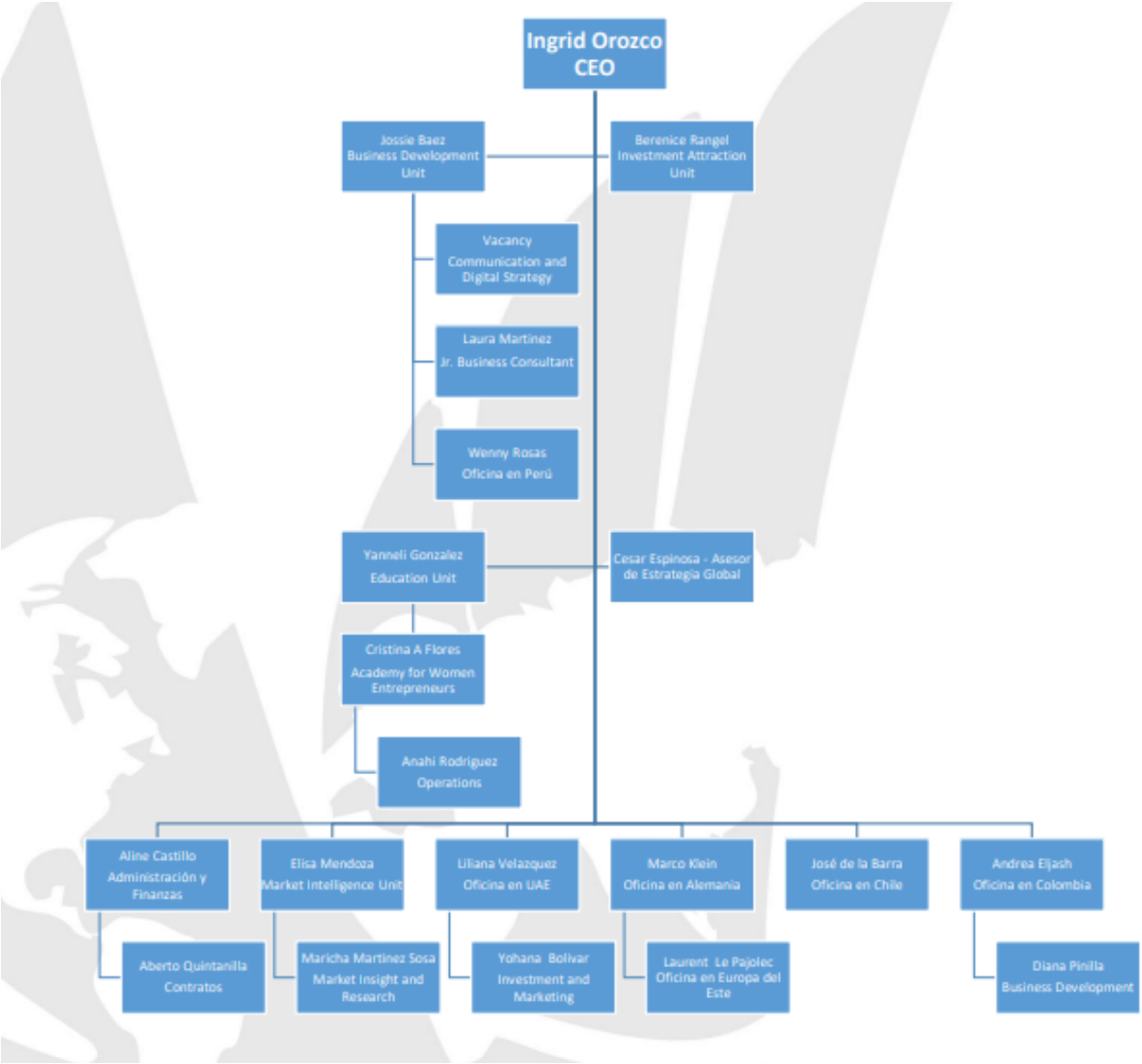
3.2 Visión

Crear empresas líderes de alto impacto en américa latina y volverlas globales principalmente dirigidas a mujeres.

3.3 Estructura organizacional

A continuación, se evidencia la estructura organizacional de la empresa Ulead International de México.

Figura 1. *Organigrama de la empresa Ulead Internacional*



3.4. Portafolio de productos y/o servicios

Trabajamos con proyectos de desarrollo económico desde la inclusión y equidad. Hemos adoptado la transversalizacion del enfoque de género como eje rector en nuestra metodología a través de estrategias WLEAD nuestros ejes de acción son: Competitividad, Internacionalización, Impacto social, WLEAD.

3.5 Perfil de Ingrid Orozco

Figura 2. Ceo Ulead International

Fuente: *Pagina web- Ulead International*

Ingrid Orozco es internacionalista experta en diplomacia, promoción comercial y atracción de inversiones. Creadora de desarrollo integral y prosperidad, Actualmente es la gerente general de compañía.

Datos del contacto

Nombre: Ingrid Orozco

E-mail: ceo@uleadinternational.com

Teléfono de contacto: +52 5537185629

3.6 Datos del jefe inmediato

Datos de contacto

Nombre: Joseline Baez

E-mail: businessmission@uleadinternational.com

Teléfono de contacto: + 52 55 8805 0789

Dirección: Plaza Carso, Amp Granada, 11529 Ciudad de México, CDMX, México

4. Cargo y funciones

4.1. Funciones asignadas

Como pasantes de negocios internacionales la profesional se encargará de analizar, investigar y realizar contactos con empresarios el cual desarrolla eventos y misiones comerciales digitales proporcionándole a las empresas clientes y mercados potenciales para los diferentes servicios y productos que ofrecen estas compañías.

4.2 Funciones

- Investigación de mercados.
- Contacto con clientes potenciales.

- Diseño de estrategia de entrada a mercados.
- Agenda de negocios y misiones comerciales
- Desarrollo de eventos comerciales digitales.

4.3 Actividades para llevar acabo las funciones

Las actividades que se realizaron para llevar a cabo las diferentes funciones asignadas fueron las siguientes:

4.3.1. Investigación de mercados

Realizar investigaciones de diferentes industrias que necesitan nuestro producto o materia prima para llevar a cabo su producto final, esta investigación se realizó por medio de legis comex, la web, entre otras plataformas.

4.3.2. Contactos potenciales

Miras esos clientes potenciales los cuales les beneficiaria el servicio de nuestros clientes y brindar información de una manera amplia y detallada para que ellos tengan seguridad al ingresar a ciertos mercados objetivos.

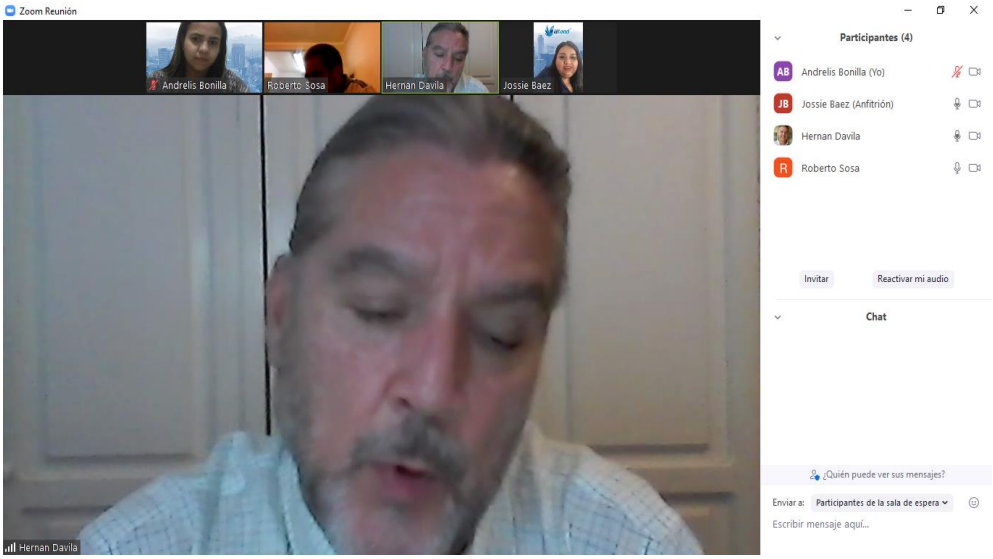
4.3.3. Diseño de estrategias de entradas a mercados

Apoyar al equipo de Ulead international en la búsqueda de diferentes estrategias para captar nuevos mercados y nuevos países socios para la negociación entre las empresas.

4.3.4 Agenda de negocios y misiones comerciales

Seguidamente de encontrar los clientes potenciales se procede a entablar conversación, vía telefónica o por correo el cual se busca concretar el día y la hora en lo cual los empresarios se conocerán y dan a conocer sus productos o servicios.

Figura 3. *Evidencia de comunicación entre empresarios*



4.3.5. Desarrollo de eventos comerciales digitales

Finalmente se logra las misiones comerciales ya que ambos clientes cumplen con su reunión y se realiza respectivo seguimiento para la exportación de productos o servicios, al finalizar la reunión se realiza informe de lo pactado por ambas parte

5. Marco conceptual

Para el desarrollo de la práctica empresarial, teniendo en cuenta las funciones a realizar es necesario conocer las técnicas de investigación de mercados enfocadas en marketing las cuales deben estar sujetas a diversas regulaciones, así evitara por ejemplo el plagio de documentos e informes realizados por otros autores.

5.1 Marco conceptual y normativo especifico

- UNE ISO 20252: Garantías en la investigación de mercado social. La certificación UNE ISO 20252 es la máxima norma internacional para la calidad y la redacción de estudios de mercado. La sociedad y el mercado actual rebosan información por todos partes gracias a la combinación de la transformación digital e internet.

6. Aportes

6.1. Aportes de la estudiante a la empresa como valor agregado

La practicante en negocios internacionales le aporta a la empresa un apoyo en las diferentes áreas que se puede desempeñar, inicialmente en estudios e investigaciones de mercados, la estudiante implemento diferentes métodos para lograr una buena aceptación de los empresarios y lograr entablar una comunicación clara y asertiva.

6.2. Aportes de la empresa a la formación profesional de la practicante

- Adquisición de amplios conocimientos a través de la participación de asesorías que fueron tratados en su ciclo académico.
- Establecer relaciones con los empresarios de diferentes sectores económicos que le permiten enriquecimiento personal y profesional.
- Le permite interactuar con otras culturas, y así mismo analizar y comprender los protocolos de negociación.
- Al desarrollar actividades en el área internacional le permitió conocer nuevas herramientas y estrategias que benefician su crecimiento personal y profesional.

7.Conclusiones

La practicante logro los objetivos propuestos por la empresa Ulead International, se realizó un plan estratégico con cual dio seguimiento a misiones comerciales con diferentes empresas.

La practicante desarrollo nuevas habilidades y conocimientos enfocados en los negocios internacionales a través de las capacitaciones y sugerencias que eran brindadas por la compañía.

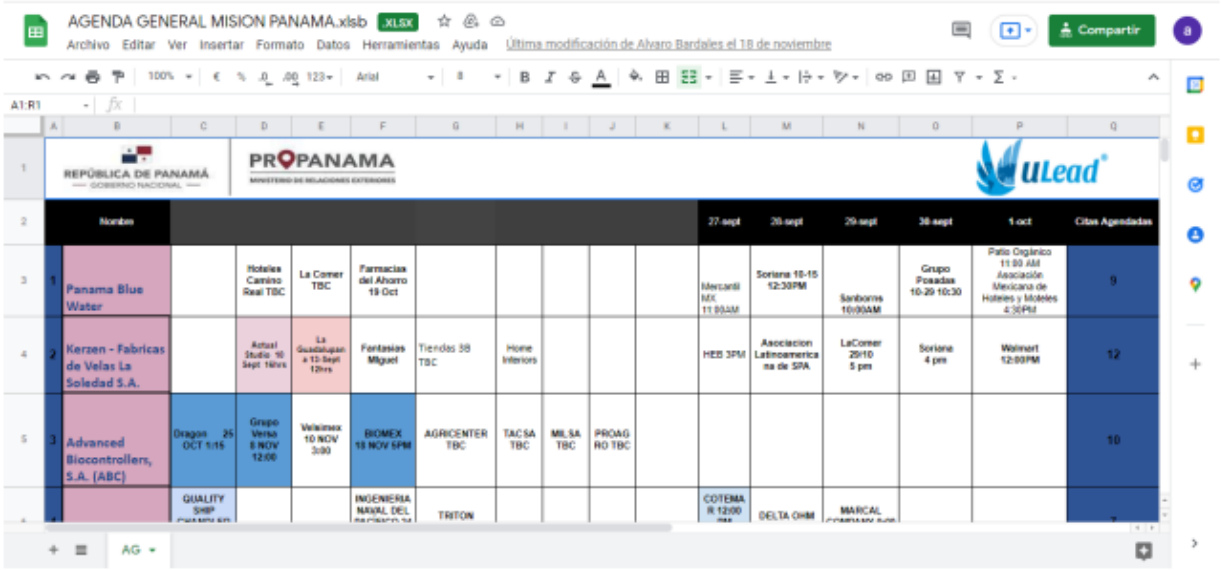
Finalmente, la practicante mejoro algunas tácticas y la utilización de herramientas ofimáticas utilizadas para los estudios e investigaciones de mercado.

Referencias

ISOTools Excellence (2012). Estándar ISO 20252 para la investigación de mercados.

Apéndices

Apéndice A. *Lista de confirmación de agenda con empresarios mexicanos*



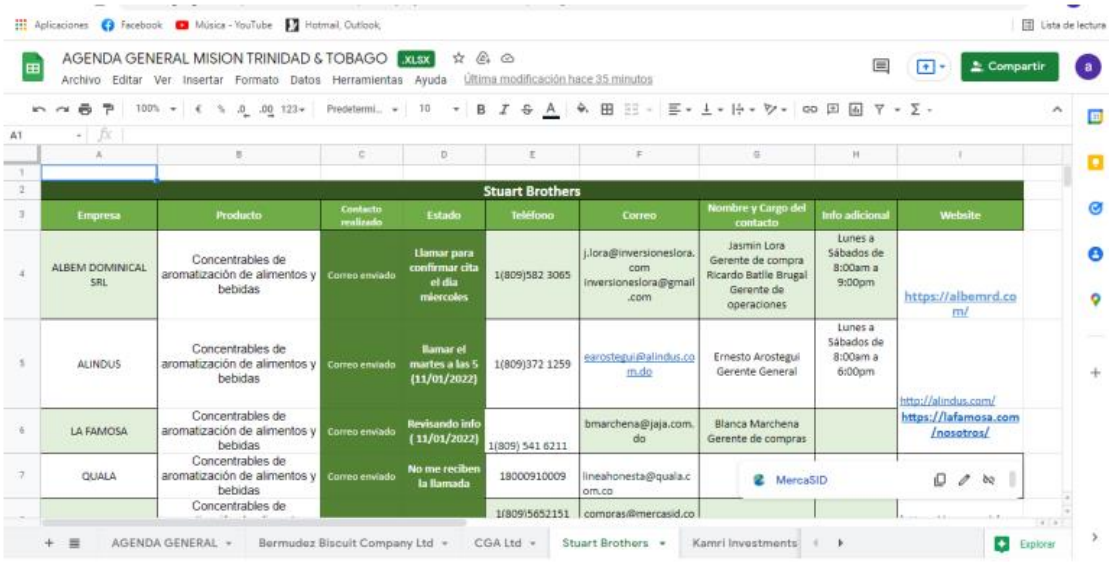
AGENDA GENERAL MISION PANAMA.xlsb

REPÚBLICA DE PANAMÁ — GOBIERNO NACIONAL — | PROPANAMA | uLead

	Nombre										27-sept	28-sept	29-sept	30-sept	1-oct	Citas Agendadas
1	Panama Blue Water		Hoteles Camino Real TBC	La Comer TBC	Farmacias del Ahorro 19 Oct						Mercanti MX 11:00AM	Soriana 10-15 12:30PM	Sanborns 10:00AM	Grupo Posadas 10:29 10:30	Patio Orgánico 11:00 AM Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles 4:30PM	9
2	Kerzen - Fabricas de Velas La Soledad S.A.		Actual Studio 10 Sept 16hrs	La Guadalupana 13 Sept 12hrs	Fantasias Miguel	Tiendas 38 TBC	Home Interiors				HEB 3PM	Asociacion Latinoamericana de SPA	LaComer 29/10 5 pm	Soriana 4 pm	Walmart 12:00PM	12
3	Advanced Biocontrollers, S.A. (ABC)	Dragon 25 OCT 1:15	Grupo Verso 5 NOV 12:00	Veximex 10 NOV 3:00	BIOMEX 18 NOV 5PM	AGRICENTER TBC	TACSA TBC	MILSA TBC	PROAGRO TBC							10
4		QUALITY SHIP			INGENIERIA NAVAL DEL	TRITON					COTEMAR 12:00	DELTA OHM	MARCAL			7

AG

Apéndice B. *Agenda de empresarios en misión comercial con trinidad y Tobago para la exportación de saborizantes y aromatizantes de alimentos y bebidas*

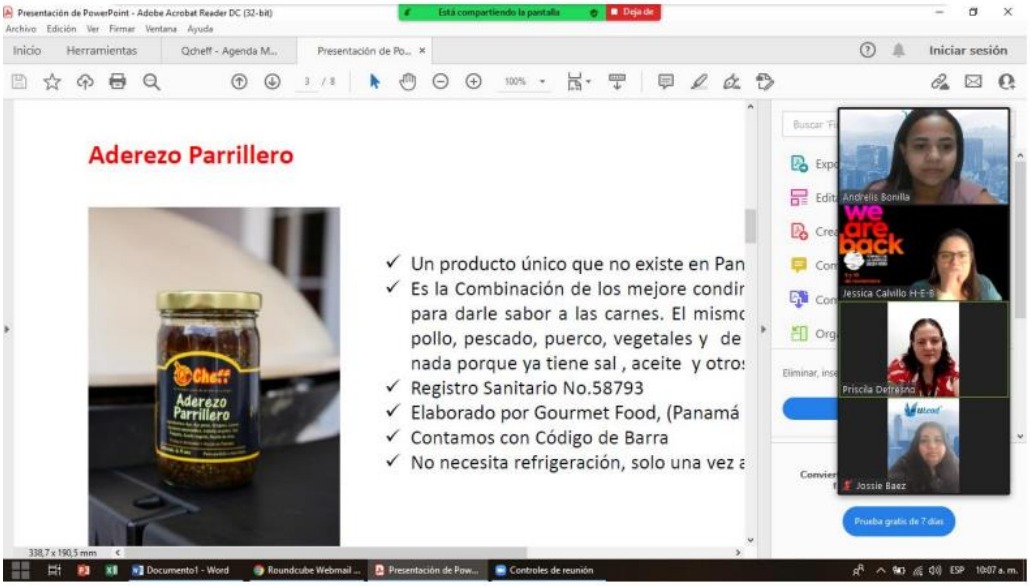


AGENDA GENERAL MISION TRINIDAD & TOBAGO .XLSX

Stuart Brothers

Empresa	Producto	Contacto realizado	Estado	Teléfono	Correo	Nombre y Cargo del contacto	Info adicional	Website
ALBEM DOMINICAL SRL	Concentrables de aromatización de alimentos y bebidas	Correo enviado	Llamar para confirmar cita el día miercoles	1(809)582 3065	j.lora@inversioneslora.com inversioneslora@gmail.com	Jasmin Lora Gerente de compra Ricardo Batlle Brugal Gerente de operaciones	Lunes a Sábados de 8:00am a 9:00pm	https://albemrd.com/
ALINDUS	Concentrables de aromatización de alimentos y bebidas	Correo enviado	llamar el martes a las 5 (11/01/2022)	1(809)372 1259	earosteguí@alindus.com.do	Ernesto Arostegui Gerente General	Lunes a Sábados de 8:00am a 6:00pm	http://alindus.com/
LA FAMOSA	Concentrables de aromatización de alimentos y bebidas	Correo enviado	Revisando info (11/01/2022)	1(809) 541 6211	bmarchena@jaja.com.do	Blanca Marchena Gerente de compras		https://lafamosa.com/nosotros/
QUALA	Concentrables de aromatización de alimentos y bebidas	Correo enviado	No me reciben la llamada	18000910009	lineahonesta@quala.com.co			
	Concentrables de			1(809)5652151	compras@mercasid.co			

MercaSID

AGENDA GENERAL · Bermudez Biscuit Company Ltd · CGA Ltd · Stuart Brothers · Kamri Investments

Apéndice C. *Evidencia de reunión de empresario panameño y mexicano para la negociación de aderezo parrillero*