

Informe Práctica Empresarial – MexWorld Consulting Group

Daniel Esteban Duarte Torres

**Informe de la práctica empresarial para optar por el título de Profesional en
Negocios Internacionales**

Tutor

Henry Giovanni Morán Cuan

Magister Administración de Empresas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables.

Facultad de Negocios Internacionales

2021

Tabla de contenido

Introducción.....	8
1. Informe Práctica Empresarial – MexWorld Consulting Group	9
1.1 Justificación	9
1.2 Objetivos	10
1.2.1 Objetivo General	10
1.2.2 Objetivo Específico	10
2 Información de la empresa	11
2.1 Perfil de la empresa	11
2.1.1 Razón Social de la empresa	11
2.1.2 Objeto Social de la empresa.....	11
2.1.3 Información general	11
2.1.4 Misión de la empresa	11
2.1.5 Visión de la empresa	12
2.2 Estructura organizacional	12
2.3 Portafolio de productos y servicios	13
2.3.1 Comercialización	13
2.3.2 Consultoría.....	16
2.3.3 Capacitación	17

3	Cargo y funciones	18
3.1	<i>Cargo</i>	18
3.2	<i>Funciones</i>	18
3.2.1	<i>Actualización diaria de redes sociales de la empresa</i>	18
3.2.2	<i>Blogs para página web de la empresa</i>	24
3.2.3	<i>Modificación y traducción de fichas técnicas</i>	26
3.2.4	<i>Asistencia a Webinars</i>	27
3.2.5	<i>Estudio de mercados: Medio Oriente</i>	28
4	Aportes	30
4.1	<i>Aportes del estudiante</i>	30
4.2	<i>Aportes de la empresa</i>	30
5	Marco Referencial	31
5.1	<i>Marco conceptual</i>	31
5.2	<i>Marco normativo</i>	31
6	Conclusiones	32
	Referencias	33

Lista de Figuras

Figura 1. <i>Organigrama MexWorld Consulting Group.</i>	12
Figura 2. <i>Productos frescos dentro del portafolio comercial.</i>	14
Figura 3. <i>Productos procesados dentro del portafolio comercial.....</i>	15
Figura 4. <i>Productos del cuidado de la salud dentro del portafolio comercial.</i>	16
Figura 5. <i>Plan de redes contenido semanal (variable).</i>	19
Figura 6. <i>Recopilación de noticias gráficas.</i>	20
Figura 7. <i>Recopilación de vídeos promocionales elaborados.....</i>	21
Figura 8. <i>Banners de encabezado para página de YouTube de la empresa.</i>	22
Figura 9. <i>Registro y control de la semana 17, red social Twitter.</i>	24
Figura 10. <i>Blogs publicados en la página web en español de la compañía.....</i>	25
Figura 11. <i>Blogs publicados en la página web en inglés de la compañía.</i>	25
Figura 12. <i>Diseño y traducción de ficha técnica.....</i>	26
Figura 13. <i>Webinar: Linkedin.</i>	27

Glosario

Comercialización Internacional: Actividad económica que hace referencia al intercambio de bienes y servicios entre países alrededor del mundo. (Economipedia, s/f)

Consultoría: Ayuda que presta un experto a una empresa o profesional para resolver dudas, basándose en experiencia y práctica profesional. (Debitoor, s/f)

Capacitación: Conjunto de actividades didácticas orientadas a ampliar los conocimientos, aptitudes y habilidades que posee una persona dentro de una empresa. (Concepto Definición, s/f)

Redes Sociales: Estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de valores o intereses comunes. (Rdstation, s/f)

Community Manager: Persona responsable de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes. (Fuente, 2019)

Investigación de Mercados: Proceso mediante el cual se resuelven problemas entre la empresa y sus mercados, utilizando la búsqueda y el análisis de información.

Mercados: Operaciones económicas enfocadas en un sector específico que se relaciona con la oferta y demanda. (Real Academia Española, s/f)

Webinar: Contenido formativo en formato de vídeo conferencia que se imparte a través de internet. (Inboundcycle, s/f)

Resumen

MexWorld Consulting Group es una empresa Mexicana enfocada en los negocios internacionales, con una larga trayectoria en el sector de la comercialización de bienes y servicios, así mismo como en la consultoría y capacitación. La compañía está en búsqueda de sumarse a la nueva era digital por medio de las plataformas cibernéticas y redes sociales que ayuden a impulsar su negocio aún más, para alcanzar un mejor reconocimiento a nivel nacional como internacional.

Para ello es necesario la realización de un plan integral de comercio electrónico que ayude a la empresa a la mayor participación en los medio virtuales. En el presente informe encontrarán de forma detallada las labores realizadas a lo largo de la práctica empresarial en tal prestigiosa empresa internacional, con el fin de cumplir con el objetivo mencionado anteriormente.

Palabras clave: Comercialización, Comercio electrónico, Medios virtuales, Redes sociales.

Abstract

MexWorld Consulting Group is a Mexican company focused on international business, with a long history in the sector of commercialization of goods and services, as well as in consulting and training. The company is looking to join the new digital era through cyber platforms and social networks that help boost its business even more, to achieve better recognition nationally and internationally.

For this, it's necessary to carry out a comprehensive electronic commerce plan that helps the company to greater participation in virtual media. In this report you will find in detail the work carried out throughout the business practice in such a prestigious international company, in order to fulfill the aforementioned objective.

Keywords: Marketing, Electronic commerce, Virtual media, Social networks.

Introducción

En el presente informe encontrarán las actividades realizadas dentro del marco de prácticas profesionales en la empresa Mex World Consulting Group, bajo el cargo de la licenciada en negocios internacionales y representante legal de la compañía, María Del Rosario Castañeda, quién brindó apoyo y conocimiento al proceso.

Dentro de las actividades ejecutadas se encuentran el manejo diario de redes sociales de la compañía, así como la creación de un plan estratégico para aumentar las interacciones y reacciones de los seguidores de la empresa por medio de las plataformas virtuales. También se encontrarán actividades relacionadas con investigación de mercados para clientes previos a la empresa.

El cargo ocupado dentro de la compañía corresponde a community manager e investigador en el área de mercadeo, asimismo como representante de la empresa en webinars y conferencias virtuales.

Finalmente, se presentan evidencia de la ejecución, el desarrollo de actividades y el cumplimiento de las labores de manera remota; además de la adjudicación de experiencias y nuevos conocimientos directamente relacionados con el desempeño como futuro negociador internacional.

1. Informe Práctica Empresarial – MexWorld Consulting Group

1.1 Justificación

Las prácticas profesionales son mi método predilecto de graduación ya que no solamente cumplen con la función del continuo aprendizaje que se ha venido acuñando desde la academia sino que al mismo tiempo permite ganar experiencia real para anexar no solamente a mi hoja de vida como futuro profesional sino también a la vida. Esto con el fin de terminar la preparación académica de una forma totalmente integral, tanto educativa como humanamente.

Es por esto que mi primer interés dentro de las opciones de grado fue la práctica empresarial; por medio de mi estadía en la empresa Mex World Consulting Group podré aprender aún más; con el aporte de profesionales en mi campo realizando sus labores cotidianas y la puesta en marcha de planes previamente aprendidos dentro de la vida universitaria. De esta forma, ambas partes saldrán beneficiadas al final del proceso, tanto yo individualmente como receptor de nuevos saberes y la empresa al introducir una mente joven y fresca en temas de la materia, dispuesta a cooperar y aportar ideas innovadoras.

El ambiente laboral dentro de la empresa, aunque remoto, me permite familiarizarme con el entorno cotidiano que vive un negociador internacional, estando en múltiples áreas de la compañía, como en el mercadeo, marketing digital y en el contacto con posibles nuevos clientes.

1.2 Objetivos

1.2.1 *Objetivo General*

Ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes adquiridas durante la formación académica por medio de la experiencia dentro de la empresa, mediante la ejecución de planes de comercio electrónico e investigación de mercados.

1.2.2 *Objetivo Específico*

- Profundizar en temas de comercio electrónico vistos previamente en la academia por medio del uso diario de plataformas digitales de la compañía.
- Reforzar los conceptos de marketing por medio de la planeación de campañas publicitarias para la empresa.
- Aplicar los conocimientos en investigación de mercados para la elaboración de planes propuestos por clientes de la compañía.

2 Información de la empresa

2.1 Perfil de la empresa

2.1.1 Razón Social de la empresa

MEW WORLD CONSULTING GROUP

2.1.2 Objeto Social de la empresa

Trabajar de la mano con nuestros clientes para proporcionarles un servicio personalizado y productos que cumplan los más altos estándares de calidad a nivel internacional.

2.1.3 Información general

- Dirección: Oficina Matriz en WTC Ciudad de México - Montecito 38, Piso 28, Oficina 16, Colonia Nápoles, C.P. 03810, México
- Teléfono: +5255-5340-8685
- Correo electrónico: info@mexwco.com
- Jefe inmediato en la empresa: María del Rosario Castañeda Villa

2.1.4 Misión de la empresa

Proporcionar servicios especializados de Comercio y Negocios Internacionales, a través del desarrollo de soluciones integrales y a la medida, a empresas que buscan

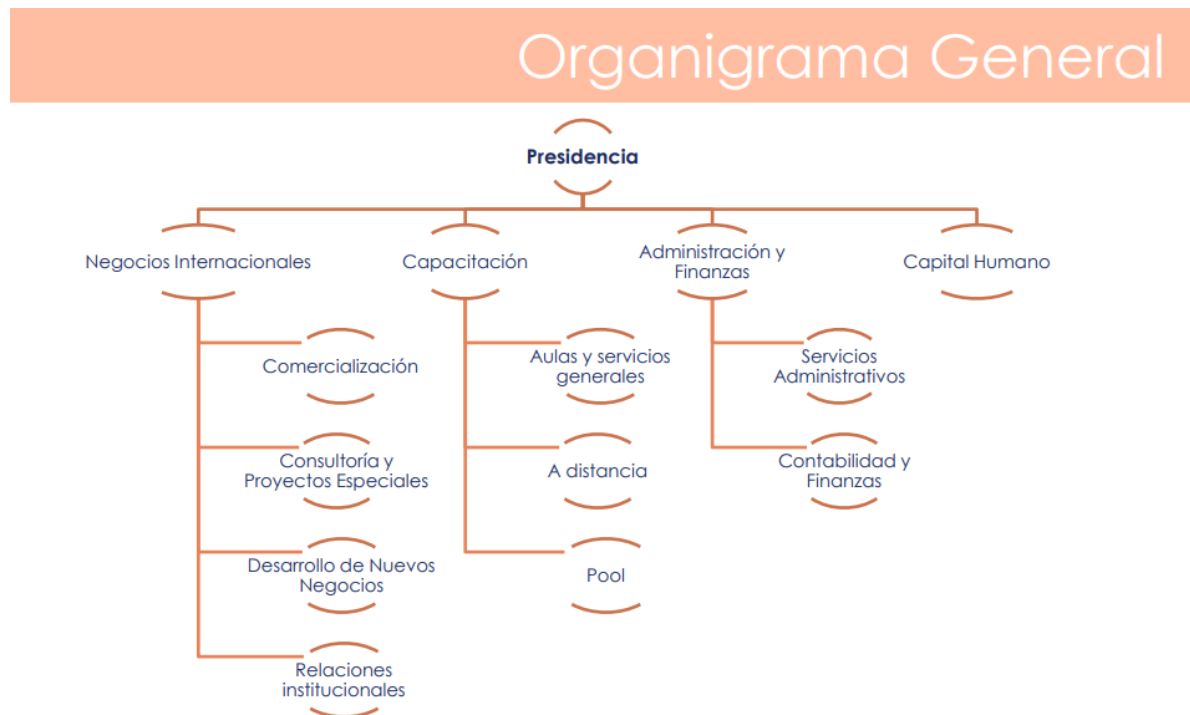
diversificar sus mercados, ampliar sus volúmenes de ventas o bien que están en proceso de iniciar negocios a nivel internacional.

2.1.5 Visión de la empresa

Consolidarnos como una Empresa Global de Comercio y Negocios Internacionales, proporcionando valor agregado a nuestros clientes a través de estrategias efectivas que potencialicen el éxito de sus negocios.

2.2 Estructura organizacional

Figura 1. Organigrama MexWorld Consulting Group.



Nota. Adaptada de Mex World Consulting Group, 2021

2.3 Portafolio de productos y servicios

2.3.1 Comercialización

MexWorld Consulting Group tiene la labor de encontrar el consumidor adecuado para los productos y/o servicios de sus clientes, tanto en México, como en el resto del mundo.

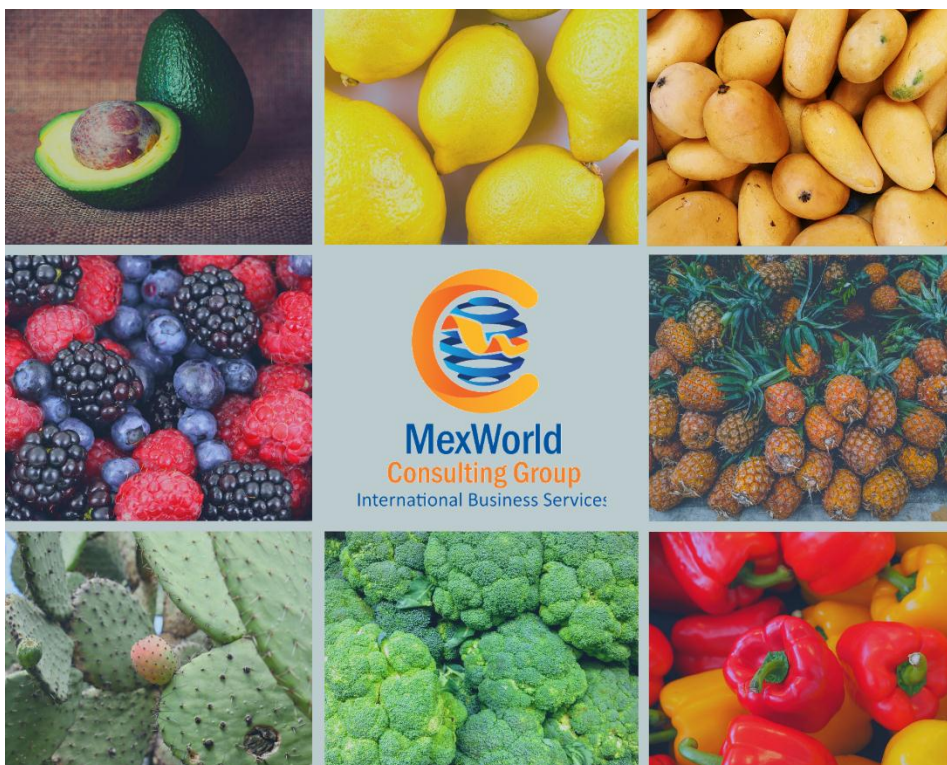
Además, ofrece una amplia gama de productos mexicanos, desde alimentos y bebidas, hasta productos del cuidado de la salud y mucho más.

La empresa exporta agroproductos frescos, alimentos procesados y bebidas a diferentes destinos alrededor del mundo, siendo sus principales mercados meta Norteamérica, Europa y recientemente Asia y Medio Oriente.

Productos Frescos:

- Aguacate.
- Limón.
- Mango.
- Berries.
- Piña.
- Nopal.
- Brócoli.
- Pimiento morrón.
- Plátano.

Figura 2. *Productos frescos dentro del portafolio comercial.*



Nota. Adaptada de Mex World Consulting Group, 2021

Productos Procesados:

- Chocolates & Confeitería.
- Miel de Abeja.
- Guacamole.
- Aceite de aguacate.
- Tequila / Mezcal.
- Café.
- Arroz y frijoles.

Figura 3. *Productos procesados dentro del portafolio comercial.*



Nota. Adaptada de Mex World Consulting Group, 2021

Productos para el cuidado de la salud:

- Cubrebocas:
- PLY.
- N95.
- KN95.
- Guantes de Nitrilo.
- Arcos Sanitizantes.
- Termómetros.
- Pruebas SARS-CoV-2.

Figura 4. *Productos del cuidado de la salud dentro del portafolio comercial.*



Nota. Adaptada de Mex World Consulting Group, 2021

2.3.2 Consultoría

Desarrollo de nuevos negocios y diversificación de mercados

- Análisis de mercados internacionales
- Búsqueda de clientes / distribuidores
- Planes de negocio y estrategias de mercadotecnia

Comercio y Negocios Internacionales

- Planes de exportación / importación
- Servicios Logísticos

- Agencia Aduanal
- Ferias y misiones internacionales

2.3.3 Capacitación

Comercio y negocios internacionales

- Planeación estratégica global
- Procedimientos aduanales y aspectos operativos
- Contratos y medios de pago internacionales
- Comercialización y negociación internacional
- Administración de proyectos internacionales
- Logística y cadena de suministros

Desarrollo del Empresa y del Empresario

- Fundamentos de administración de proyectos
- El siguiente nivel de las ventas
- Coaching y counselling
- Resiliencia y programación neurolingüística
- Actitud de servicio, comunicación y trabajo en equipo
- Resolución de Conflictos

3 Cargo y funciones

3.1 Cargo

Community Manager.

3.2 Funciones

3.2.1 *Actualización diaria de redes sociales de la empresa*

Al comienzo de la práctica empresarial se recibieron las redes sociales de la compañía, las cuáles eran Facebook y Twitter; estas dos redes eran las más utilizadas y tenía trabajo previo como algunos seguidores y planes antiguos de promoción. Esto con el fin de llevar a cabo una actualización diaria y constante de publicaciones en las redes antiguas de la empresa y sumado a esto, empezar a hacer franquicia en otras plataformas tales como LinkedIn y YouTube, las cuales podría servir para darle mayor visibilidad a la empresa en medios virtuales.

Se realiza un plan de contenido semanal, aprobado por la representante legal para llevar a cabo. Este plan no es mandatorio, sino una guía que en la mayor parte de las veces se cumple al pie de la letra; sin embargo, hay semanas en donde pueden variar las actividades por asuntos extracurriculares que son de interés de la empresa para ser publicados.

Figura 5. *Plan de redes contenido semanal (variable).*

Plan de Contenido Redes Sociales (FB y TW)					
Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
10:00 A.M	Frase del día				Frase del día
11:00 A.M - 2:00 P.M	Noticias diarias	Noticias diarias	Noticias diarias	Noticias diarias	Noticias diarias
3:00 P.M	Publicidad	Noticia gráfica	Nota del Blog	Nota del Blog	Publicidad
4:00 - 6:00 P.M	Información adicional	Información adicional	Información adicional	Información adicional	Información adicional

Nota. Adaptada de elaboración propia, 2021

3.2.1.1 Diseño y ejecución de campañas publicitarias.

- Noticias gráficas

Una de las estrategias propuestas para el aumento del alcance y las interacciones en las redes sociales fueron ‘las noticias gráficas’. La empresa publica información relevante acerca de comercio internacional, economía mexicana, finanzas, entre otras. La iniciativa consiste en elegir noticias que tengan el potencial de ser diseñadas gráficamente, ya sean noticias con cifras o elementos visuales. De esta forma se hace más llamativo el contenido que se postea cotidianamente, atrayendo así a personas interesadas que posiblemente se conviertan en futuros clientes de la compañía.

Figura 6. *Recopilación de noticias gráficas.*

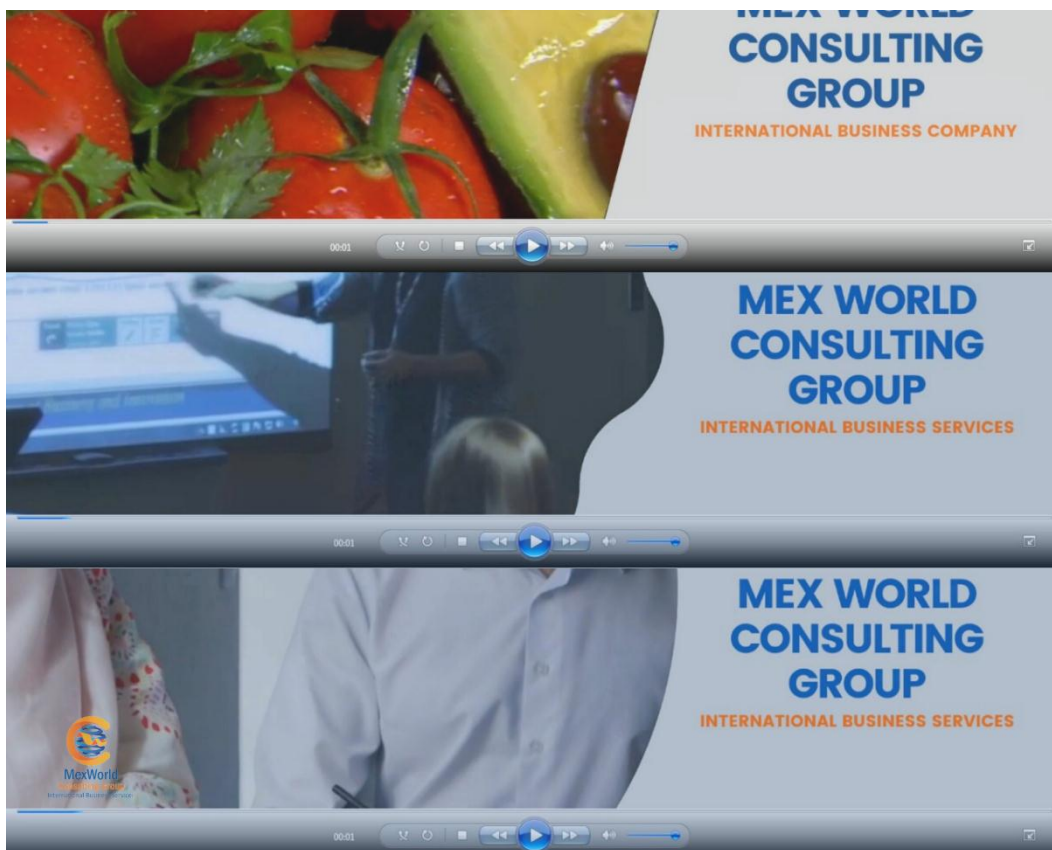
Nota. Adaptado de Elaboración propia, 2021

- Anuncios audiovisuales

La empresa carecía de publicidad por medio de redes sociales, así que se opta por realizar vídeos informativos en donde se expone la razón social de la empresa, su portafolio comercial y sus diferentes líneas de productos. Para optimizar la labor se separan las entregas de vídeos a lo largo de la práctica para tener contenido didáctico a lo largo de los meses. Estos vídeos de carácter promocional también fueron parte de la remodelación del canal de YouTube de la empresa, en donde se buscaba dar una nueva imagen más contemporánea,

diseñando banners para la portada del canal y subiendo estos vídeos anteriormente mencionados para ser la cara de la red social.

Figura 7. *Recopilación de vídeos promocionales elaborados.*



Nota. Adaptado de elaboración propia, 2021

Figura 8. *Banners de encabezado para página de YouTube de la empresa.*



Nota. Adaptado de elaboración propia, 2021

3.2.1.2 Apertura de nuevas redes sociales: LinkedIn. Por petición de la empresa se incursionó en otras redes sociales para expandir el repertorio en Internet de la compañía. En este caso en la red social LinkedIn, que, según (López, 2021) es la plataforma que pone en contacto a profesionales con otros, o con empresas. Su objetivo no es únicamente buscar empleo, también se pueden encontrar ideas, gente con quien hacer negocios y promocionar productos o servicios.

Se hizo en primera instancia un cambio de imagen, diseñando también una foto de portada para la empresa y modificando su información general, como datos de la gerente de la

compañía. Paso seguido, se creó un plan de publicación, para hacer más activa la red social, publicando semanalmente dos blogs empresariales previamente publicados en la página web de la empresa, estos blogs tanto en español como en inglés, para un total de cuatro publicaciones semanales. De esta forma se crea un movimiento constante dentro de la plataforma para hacerse conocer dentro de la misma.

3.2.1.3 Registro y control semanal de redes sociales. Al finalizar cada semana se hacía un conteo y análisis de resultados en las redes sociales, dividiendo la información por días y horas; dependiendo de cada red social se tenían en cuenta diferentes incisos, tales como: Alcance e interacción en Facebook o impresiones e interacciones en Twitter.

Al principio el informe de datos fue solamente de las dos redes anteriormente mencionadas, sin embargo, después de incursionar en LinkedIn, se empezó a tener en cuenta en el registro y control semanal.

Esto con el fin de conocer los días en los que más hay movimiento en las diferentes redes sociales, las horas más adecuadas para publicar información y también para estudiar fortalezas y debilidades que se tienen en cuanto a la publicación de redes.

Figura 9. Registro y control de la semana 17, red social Twitter.

SEMANA 17																		
Día	NOTICIAS / INFORMACIÓN ADICIONAL																	
5	Frase del día: Puedes cortar todas las			N1: 'Despega' comercio			N2: Canal de Suez			N3: Necesario, concretar un TLC de			IA1: Vídeo promo - Consultoría			IA2: Alistan ampliación de puertos en		
	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	IMPE	Hora	IMPE	INTE	Hora
	52	3	11:30am	21	0	11:39am	15	0	1:00pm	16	0	2:00pm	30	1	4:00pm	25	1	6:00pm
6	Frase del día:			N1: Aguacate será la fruta tropical más			N2: El embajador de la UE duda si			N3: IP alemana advierte que ninguna			IA1:			IA2:		
	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	IMPE	Hora	IMPE	INTE	Hora
				23	1	10:00am	41	1	1:00pm	16	1	3:00pm						
7	Frase del día:			N1: Exportación de autos hechos en			N2: Las remesas salvaron las			N3: AMLO alista un decreto para			IA1: México, destino marginal para la IE			IA2:		
	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	IMPE	Hora	IMPE	INTE	Hora
				13	0	11:12am	18	0	1:00pm	11	0	3:00pm	87	2	5:00pm			
8	Frase del día:			N1: Ven crecimiento de México en 2021			N2: Producción y exportación de autos			N3: G20 analizará impuesto único			IA1:			IA2:		
	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	IMPE	Hora	IMPE	INTE	Hora
				18	0	11:36am	14	0	1:00pm	25	0	3:00pm						
9	Frase del día:			N1: T-MEC: México y EU acuerdan			N2: EU da 'espaldarazo' a sindicatos			N3: Gas bienestar no beneficiará a los			IA1: México se consolida como			IA2:		
	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	INTE	Hora	IMPE	IMPE	Hora	IMPE	INTE	Hora
				21	0	10:37am	24	0	11:59am	23	0	2:00pm	14	0	4:00pm			
TOTAL INDIVIDUAL	52	3	11:30am	96	1	10:00am	112	1	1:00pm	91	1	3:00pm	131	3	5:00pm	25	1	6:00pm
TOTAL GENERAL	52	3	11:30am	299	3	1:00pm	156	4	5:00pm									
	FRASE DEL DÍA			NOTICIAS			INFORMACIÓN A.											

Nota. Adaptada de elaboración propia, 2021

3.2.2 Blogs para página web de la empresa

Se pactó con la representante legal de la compañía la elaboración de un blog quincenal para ser publicado en la página web ya existente de la empresa. Los blogs podían ser basados en diferentes fuentes, con un foco principal en alguna noticia semanal o artículo de relevancia; sobre todo de temas con relación en comercio internacional, comportamiento del consumidor, pequeñas y medianas empresas mexicanas, entre otros tópicos. Estos blogs también debían ser traducidos del español, al inglés para poder ser publicados en la página angloparlante de la empresa.

Figura 10. Blogs publicados en la página web en español de la compañía.**Blog****Recomendaciones para las pymes: Venderle al gigante China**

En los primeros cuatro meses del año, explica (Usla, 2021) diez de cada cien pesos del comercio total (exportaciones más importaciones) que realizó México con el mundo, se intercambiaron con el mercado chino, según informes de Banco de México (...)

**El m-commerce como método por el cual se consolidan negocios**

Según (Bravo Torres, 2011) el término e-commerce se refiere a los procesos de negocios en Internet, similar a la compra y venta de bienes que puede ser B2C (negocio a consumidor) o B2B (negocio a negocio). Sin embargo, esta definición no determina...

03 junio. 2021

**El COVID-19 y el fracaso de las PYMES en México**

Tan solo el 25% de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) logran subsistir los dos primeros años de creación en México, según información del Centro de Desarrollo para la Competitividad Empresarial. Sin embargo, desde el año 2017, alrededor ...

19 mayo. 2021

Nota. Adaptada de Mex World Consulting Group, 2021

Figura 11. Blogs publicados en la página web en inglés de la compañía.**Blog****Recommendations for SMEs: Sell to the China giant**

In the first four months of the year, ten out of every hundred pesos of total trade (exports plus imports) that Mexico carried out with the world, were exchanged with the Chinese market, according to reports from Banco de México (Banxico). Between J...

**M-commerce as a method to consolidate businesses**

According to (Bravo Torres, 2011) the term e-commerce refers to business processes on the Internet, similar to the purchase and sale of goods that can be B2C (business to consumer) or B2B (business to business). However, this definition doesn't det...

03 June. 2021

**COVID-19 and the failure of SMEs in Mexico**

Only 25% of Small and Medium Enterprises (SMEs) manage to survive the first two years of creation in Mexico, according to information from Centro de Desarrollo para la Competitividad Empresarial. However, since 2017, around 52% of the Gross Domestic ...

20 May. 2021

Nota. Adaptada de Mex World Consulting Group, 2021

3.2.3 Modificación y traducción de fichas técnicas

A petición de la gerente de la empresa, se dispuso la labor de modificar algunas fichas técnicas de productos de la compañía, con el fin de estilizar el diseño previo que tenían. Después, se tradujeron de su idioma original español al inglés.

Figura 12. Diseño y traducción de ficha técnica.



MexWorld
Consulting Group
International Business Services

"RAISINS COVERED IN CHOCOLATE"

DESCRIPTION: chocolate coated raisins, made with sugar, skim milk, whey, palm kernel fat (melting point 36-37° C), lecithin, artificial flavorings, Arabic gum and natural raisins.

PACKAGING: Primary packaging.- sealed polypropylene bag, printed in color with the name of the product and net content. Secondary packaging.- labeled corrugated carton box.

SHELF LIFE: One year under optimal storage conditions.

STORAGE REQUIRED: In a dry place, in a perfectly closed original container, away from humidity and intense odors.

PRESENTATION: Carton box with 150 bags of 15 g each.

PHYSICOCHEMICAL CHARACTERISTICS:
Humidity: 4.0% MAXIMUM
Appearance: Chocolate covered raisins

MICROBIOLOGICAL CHARACTERISTICS:
Mesophilic aerobes: 10,000 col / g max.
Coliforms: Negative
Enterobacteriaceae: Negative
Fungi and yeasts: <10 col / g max.





Una dulce sensación

MexWorld Consulting: Montecito 38, Piso 28, Oficina 16, WTC – Cd. De México Tel. +52 55 5340 8685

Nota. Adaptada de Mex World Consulting Group, 2021

3.2.4 Asistencia a Webinars

Se me asignó como representante de la compañía Mex World Consulting Group la asistencia a diversas conferencias y webinars de temas de interés para la empresa, tales como: LinkedIn; Poor countries need trade to recover from the pandemic; La cara social, entre otros. Posteriormente a las charlas se entregó un resumen acerca de los temas tocados en el webinar.

Esto con el fin de recoger la mayor cantidad de información y conocimientos de las charlas para poder ponerlas en práctica dentro del desarrollo de la compañía o en su defecto, en mi labor como practicante empresarial.

Figura 13. Webinar: LinkedIn.



Nota. Adaptada de Zoom, 2021

3.2.5 Estudio de mercados: Medio Oriente

A la compañía Mex World Consulting Group llegó un cliente, identificado con nombre jurídico como True Roots, una empresa procesadora de frutas y verduras, todos sus productos están enfocados a tener una etiqueta de “limpio”, por lo que cada producto que se elabora tiene el valor añadido de HPP (High Pressure Processing).

La empresa True Roots necesitaba un estudio de mercados enfocado en el Medio Oriente, específicamente en los países de Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita y Qatar. Se pretendía comercializar:

- Guacamole, en presentación de Retail de 8, 12 y 15 Oz
- Humus y salsas, en presentación de Retail de 8, 12 y 15 Oz
- Cold Press Juice, en presentación de Retail de 12 Oz

3.2.5.1 Principales cadenas de suministro/distribución. Para la realización de este estudio, en primera instancia se indagó acerca de los medios posibles para ingresar a los mercados de los países del medio oriente, así como los distribuidores de los productos con los que la empresa contaba para la comercialización. Encontrando así, una amplia cadena comercial, empezando desde importadores; supermercados e hipermercados importadores directos de sus productos, hasta tiendas minoristas y distribuidores del golfo.

Respecto a los distribuidores, se encontraron diversas tiendas tradicionales o cooperativas, centros comerciales, tiendas especializadas, tiendas con diversos productos y supermercados e hipermercados.

3.2.5.2 Valor y Volumen. Se investigó el valor de los productos seleccionados en diferentes supermercados e hipermercados de cada país respectivo. Para con ello, tener referencias de la presentación del producto vendido, su precio y su plaza comercial.

Las plazas más conocidas dentro de los tres países del medio oriente fueron Carrefour, Lulu y Spinneys, contemplado la mayor variedad de los productos que la empresa desea internacionalizar.

3.2.5.3 Principales clientes potenciales. Finalmente se hizo una exhaustiva investigación en diferentes bases de datos en línea para encontrar información acerca de posibles clientes de la compañía, para así, comunicarse con ellos y entablar una potencial negociación. Por cada producto se realizó una tabla de clientes con información sustancial como su país, ciudad de operaciones, correo electrónico, número de contacto, sitio web y comentario si existían al final de la revisión de la compañía.

4 Aportes

4.1 Aportes del estudiante

- Actualización diaria de Redes Sociales de la empresa; diseño y ejecución de campañas publicitarias; Investigación, recolección, organización, análisis y traducción de información.
- Apoyo en la elaboración de estudios de mercado como en la elaboración de planes de importación y exportación.
- Uso de herramientas para la búsqueda de clientes nacionales e internacionales.
- Contacto inicial con clientes potenciales.
- Asistencia a webinars organizados por embajadas y algunas otras organizaciones.

4.2 Aportes de la empresa

- Consolidación de conocimientos previos adquiridos en el transcurso de la carrera de negocios internacionales, así como el enriquecimiento con nuevos conceptos aportados por la experiencia de prácticas.
- Conocimiento de productos agropecuarios mexicanos y su forma de comercialización a nivel nacional e internacional.
- Fortalecimiento en el uso de herramientas de diseño para elaboración de contenido audiovisual y/o gráfico.
- Oportunidad de incorporarse en eventos empresariales y webinars, en donde se contempla un ambiente empresarial real y se adquieren nuevos saberes.

5 Marco Referencial

5.1 Marco conceptual

Linkedin: Red social orientada al uso empresarial, a los negocios y al empleo.

Agroproductos: Productos producidos en granjas, incluidas frutas y verduras. A menudo el término implica que los productos son frescos y generalmente están en el mismo estado en el que fueron cosechados.

Prospecto: Clientes que aún no le compran a la compañía pero podrían hacerlo a futuro debido a que presentan compatibilidad con las actividades que esta realiza.

Estrategia de mercadeo: Acciones realizadas con el propósito de cumplir una meta planteada, como abarcar nuevos mercados, aumentar el flujo de seguidores de una página web, aumento de ventas.

5.2 Marco normativo

Para el desarrollo de la práctica empresarial, las actividades e informes, se tuvo en cuenta:

- Reglamento de práctica empresarial de la facultad de negocios internacionales – USTA
- Normatividad interna de práctica profesional “CEAP”

6 Conclusiones

La realización de la práctica empresarial es una de las mejores opciones de método de grado, ya que no solamente continúa el proceso de formación académica, sino que al mismo tiempo es una gran metodología para el crecimiento personal, ayudándome así a obtener una formación integral; estando expuesto al mundo laboral, obteniendo experiencia.

La empresa MexWorld Consulting Group tiene una larga trayectoria en el sector de la comercialización internacional, especializados en distintos sectores productivos tales como Alimentos, Agroindustria y Textiles; con clientes tanto nacionales, en México, como en Norte y Sudamérica, Europa y Asia.

Estas características que reúne la compañía fueron ideales para llevar a cabo las prácticas empresariales. Los años en el mercado de la empresa y el conocimiento adquirido en el proceso, me permitieron desarrollarme de forma adecuada dentro de los negocios internacionales y experimentar en primera persona las problemáticas que existen en un entorno empresarial real.

Además, al ser una compañía extranjera me enriqueció culturalmente involucrarme con co-workers y jefes inmediatos, de quienes aprendí costumbres de su país, y pude conocer más a fondo y en primer plano el mercado mexicano.

Tuve la oportunidad de realizar mi proceso de prácticas de forma remota, gracias a las nuevas tecnologías que nos facilitan el proceso laboral. Esto me sirvió para conocer a mayor profundidad plataformas digitales de reunión y de trabajo colaborativo.

La reunión de todo lo anteriormente mencionado hizo de esta experiencia, una base fundamental de conocimiento para el futuro negociador internacional que seré.

Referencias

- Concepto Definición. (s/f). *Capacitación*. Recuperado el 7 de Julio de 2021, de <https://conceptodefinicion.de/capacitacion/>
- Debitoor. (s/f). *Consultoría - ¿Qué es una consultoría?* Recuperado el 7 de Julio de 2021, de <https://debitoor.es/glosario/consultoria>
- Economipedia. (s/f). *Comercio Internacional*. Recuperado el 7 de Julio de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>
- Fuente, O. (2019). *Qué es un Community Manager y cuáles son sus principales funciones en la empresa*. IEBS. Recuperado el 7 de Julio de 2021, de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-community-manager-redes-sociales/>
- Inboundcycle. (s/f). *Webinar: ¿qué es y cómo utilizarlo en tu estrategia de contenidos?* Recuperado el 7 de Julio de 2021, de <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/webinar>
- López, B. (2021). *Qué es LinkedIn, para qué sirve y cómo funciona*. Recuperado el 12 de Julio de 2021, de <https://www.ciudadano2cero.com/linkedin-que-es-como-funciona/#:~:text=LinkedIn%20es%20una%20plataforma%20que,o%20conocimiento%20sobre%20alg%C3%BAn%20tema>.
- Rdstation. (s/f). *Redes Sociales*. Recuperado el 7 de Julio de 2021, de <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>

Real Academia Española. (s/f). *Mercados*. En Diccionario de la Lengua Española (edición de tricentenario). Recuperado el 7 de Julio de 2021, de <https://dle.rae.es/mercado#OyRtG0r>