

¡A través de las fronteras! Realizan misión comercial a Colombia



Alumnos y alumnas de 6to semestre de la **Escuela de Negocios** representaron a las empresas **Heartbest, Don Tonel, Laguna Seca, y Sangre de Tiburón** para negociar **relaciones comerciales** con nuevos clientes en **Colombia**, como parte de su formación.

De acuerdo con Mónica Sandoval, directora de la **Licenciatura en Negocios Internacionales (LIN)**, y coordinadora de la concentración, el **reto** fue en realizar un **plan de comercialización** para **exportar los productos** de los socios formadores al **mercado colombiano**.

La **misión comercial**, que consistió en la **visita a Bogotá** para reunirse con los **posibles clientes**, se trabajó en conjunto con estudiantes de **Tec campus Querétaro** que cursaron la misma **concentración** de **Impulsando Negocios Globales** durante el semestre.

En el **Modelo Educativo Tec21**, una concentración consiste en un reto desarrollado en colaboración con un **socio formador (una empresa)**, que permite a los estudiantes **especializarse** en un área de su carrera, o de otras relacionadas.

El **plan de comercialización** se desarrolló para los productos de leche a base de chícharo, cerveza y mezcal. Para **Don Tonel**, los estudiantes lograron **comercializar el vino rosado** en el **Festival Internacional del Vino** en **SLP**.



/> width="900" loading="lazy"> **La dinámica para exportar**

Fueron **21 estudiantes de distintas carreras** los que participaron en este reto; y se dividieron en **4 equipos multidisciplinarios**, 1 para cada socio formador.

Durante el **desarrollo de los retos**, los estudiantes realizaron distintas **investigaciones de mercado** referentes a la **industria**, así como a **aspectos legales y financieros**, para definir la **logística** y el **precio** de cada producto.

“Una vez que hicimos toda la investigación, comenzamos a contactar posibles clientes para conseguir citas virtuales y presenciales para negociar”, mencionó Mónica.

También realizaron distintas actividades para **fortalecer las propuestas**, como la **visita a la Embajada de Colombia en México**.



/> width="900" loading="lazy"> **La misión comercial**

Los estudiantes lograron concretar **más de 30 citas virtuales y presenciales** con posibles clientes del **30 de mayo al 6 de junio**.

Daniela Borjas, estudiante de **Negocios Internacionales**, e integrante del equipo que trabajó con **Heartbest**, mencionó que más allá de concretar una venta buscaban un primer acercamiento con nuevos clientes.

Junto a su equipo, pudo **negociar** con una **persona** de la **Cámara de Comercio**, con una **gerente** de una de las **tiendas de retail** con mayor **participación**, **pastelerías veganas**, **cafeterías**, **tiendas especializadas**, y otros **distribuidores de productos alimenticios**.

“Le presentamos nuestro producto a la gerente y nos hizo una oferta de negociación, la cual fue la primera que obtuvimos, ya cerrada, buscando ofrecerlo en todas las sucursales que maneja Grupo Éxito”, mencionó.

“Le presentamos nuestro producto a la gerente y nos hizo una oferta de negociación.. buscando ofrecerlo en todas las sucursales que maneja Grupo Éxito” - Daniela Borjas

Otros equipos como el de la **cerveza**, se reunieron con **gerentes de hoteles**, y **restaurantes de comida mexicana**, compartió **Michell Villaseñor**, estudiante de **Estrategia y Transformación de Negocios**.



/> width="900" loading="lazy">

Quienes viajaron a **Bogotá**, además de las **negociaciones**, visitaron **distintas empresas y organizaciones** para conocer más sobre la **industria**, y **estrategias de exportación**.

Entre los lugares que visitaron, se encuentran la **Cervecería Bavaria**, **Grupo Bimbo Colombia**, **Grupo Éxito**, **Bodega del Rhin**, y la **Cámara de Comercio de Bogotá**, en donde tomaron un curso sobre **negociaciones estratégicas**.

“Desafíos que traspasan fronteras”

Daniela, Michell y Karina Román, estudiante de Estrategia y Transformación de Negocios (LAET), coincidieron en que uno de los principales **retos fue lograr una integración en sus equipos** debido a la **multidisciplinaria**.

Aunque los **estudiantes de LIN** estaban más **familiarizados** con los **temas**, los de carreras como LAET desconocían algunos. Como **estrategia**, establecieron una **buena comunicación, apoyo, y división del trabajo** de acuerdo a las habilidades de cada uno.

Daniela añadió que otro de los **retos** fue la **entrada de mercancía** al país debido a las **regulaciones**, así como el **moverse solos** en un **país nuevo y desconocido** para acudir a las citas.

“Movernos solos en un país nuevo, desconocido, incluso si nos daba algo de miedo”, mencionó Daniela Borjas.



Los resultados

Más allá de los **nuevos aprendizajes, competencias**, y un **entregable de calidad**, Mónica Sandoval esperaba que los estudiantes **vivieran** la **experiencia** de ir a **vender un producto** y enfrentarse a un **cliente real**.

“Me gustó vivir la experiencia real, que las personas con las que negociamos nos vieran como colaboradores de la empresa, y no como estudiantes”, mencionó Daniela Borjas.

“Me alegra que nos haya ido tan bien con los clientes potenciales al conseguir mucha aceptación dentro del mercado colombiano”, agregó.

Las estudiantes compartieron que también **podieron fortalecer** sus habilidades de **negociación, comunicación**, desarrollaron su **empatía**, e incluso aprendieron a ser más **espontáneas**.

“Aprendí a empatizar con las diferentes culturas que existen” - Michell Villaseñor

Para **Mónica Sandoval** este tipo de **retos son muy importantes** porque *“cada carrera tiene herramientas, y conocimientos muy buenos que aportar y cada perfil de alumno también, y ver que todos aprenden sobre una misma área es una gran satisfacción”*:

La **información, contactos y acuerdos** que **consiguieron** los **equipos** se compartieron con los **socios formadores**, quienes darán el seguimiento a las **nuevas relaciones comerciales**.

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: