

**Actualización e Implementación de Nuevas Herramientas de la Página Web y Redes Sociales
de Ulead International**

Presentado por:

Laura Marcela Martínez Fernández

**Trabajo presentado para optar al título de
Profesional en negocios internacionales**

Dirigido por:

Leidy Viviana Quintín Lizcano

Magister en Finanzas

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C.

2022

Agradecimientos

Para mi ha sido un honor vivir tan grata experiencia académica y laboral. De este modo en primer lugar agradezco a Dios por poner en mi camino y en el momento correcto las oportunidades y las personas que me han acompañado en tan maravilloso proceso e igualmente me han ayudado a superar mis obstáculos y mis miedos. Por otro lado, mi familia quienes sin importar las circunstancias han estado para mi y hecho de mi lo que soy y lo que llegare ser en el futuro.

Toda esta experiencia no habría sido posible sin la oportunidad y la confianza que mis jefas y líderes Ingrid Orozco y Jossie Baez han puesto en mi. Dos personas que me han inspirado, motivado, guiado y enseñado a ser mejor cada día tanto laboral como personalmente. Sin duda alguna ellas dos son inspiración no solo para mi, sino para las mujeres en general, en cuanto a empoderamiento femenino y participación de la mujer en el mercado laboral a nivel internacional, especialmente en cargos directivos y emprendimiento.

¡Gracias!

Resumen

Ulead international es una multinacional mexicana con sedes en Bogotá y Dubái. Tiene como fin fomentar la competitividad en las empresas, guiar en procesos de internacionalización y ayudar a la integración en la cadena de valor global. Adicionalmente es una empresa con valores que está comprometida con el desarrollo de la igualdad de género y la creación de oportunidades para la mujer y su entorno.

Para cualquier multinacional es importante tener una amplia lista de contactos y otras empresas aliadas alrededor del mundo, especialmente contactos en países como lo son Estados Unidos y Canadá. Sin embargo y dado a diferentes circunstancias por las cuales el mundo está atravesando y los avances tecnológicos, la comunicación y el marketing que las empresas transmiten es vital para generar y mantener estas relaciones y futuras conexiones. De este modo es como una buena estrategia de e-marketing, donde se conecte directamente con el cliente o inversionista a través de las redes sociales y página web es base fundamental para lograr este fin.

En este documento se plantean algunas estrategias que ayudarán a dar a conocer Ulead a través de sus redes sociales y a proporcionar una mejor imagen en su página web. Así mismo se desea mostrar qué hace, cuáles han sido sus últimos proyectos, hacer invitaciones a futuros eventos a través de estas herramientas y mejorar la conexión con aquellos que busquen o tengan relaciones con la compañía.

Introducción

Para cualquier empresa en el mundo, la información presentada y el flujo de esta en la página web y en las redes sociales es importante para dar a conocer un producto, un servicio o la misma empresa. En los últimos años el uso de las redes sociales y páginas web han ganado más importancia dado a que la comunicación interpersonal y los viajes se han visto limitados por la actual pandemia.

Justamente las redes sociales y la página web fueron el medio para mostrar Ulead como empresa y encontrar una oficina de representación en Estados Unidos o Canadá (facilitando los procesos de comercio entre empresas o individuos con dichos países). Además de las redes sociales y la página web se dieron a conocer, a un grupo de empresas preseleccionadas, las intenciones, beneficios y oportunidades que tendrían al establecer relaciones con la empresa y al ser oficina de representación de la misma.

Con la estrategia que se utilizó en el proyecto de Ulead para encontrar una oficina de representación se llegó a la conclusión que la información presentada en las redes sociales de la empresa no es llamativa y que su página web no contaba con el aspecto, ni las herramientas necesarias para generar la intención de establecer relaciones de negocios con Ulead.

Por tal motivo, se diseñó un plan de mejora enfocado en mejorar la presentación y diseño tanto de la página web como de las redes sociales de la empresa y de este modo fortalecer la imagen, seguridad y confianza que perciben aquellos que visiten estos medios.

Tabla de contenido

1. PARTE II: LA EMPRESA	8
1.1 Aspectos Generales:	8
1.1.1 Misión, Visión y Valores.....	9
1.1.2 Ubicación Geográfica.....	10
1.1.3 Estructura Organizativa	11
1.1.4. Unidad y Departamento en el que se Desarrolla las Practicas	12
1.1.4.1 Análisis DOFA.....	12
2. PARTE III: PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES	14
2.1 Planteamiento central.....	14
2.2 Importancia, limitaciones y alcance	15
2.3. Objetivo general	16
2.3.1 Objetivos específicos	16
3. PARTE IV: CONTENIDO PLAN DE MEJORA	17
3.1 Propuesta de mejora	17
3.2 Conclusiones	20
3.3 Referencias.....	21
4. PARTE V: SEGUIMIENTO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL	22
4.1 Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a las prácticas profesionales.....	22
4.1.1 Cumplimiento de objetivos.....	22
4.1.1.1 Ciclo 1 (marzo 2021).	23
4.1.1.2 Ciclo 2 (marzo – abril 2021).	24
4.1.1.3 Ciclo 3 (mayo – junio 2021).	25
4.1.1.4 Ciclo 4 (julio – agosto - septiembre).	26

Lista de figuras

Figura 1. Ubicación geográfica	10
Figura 2. Estructura organizativa	11
Figura 3. Análisis DOFA	12
Figura 4. Landing Page de Ulead International	8
Figura 5. Landing Page para Ulead International.	19
Figura 6. Anuncio del Evento Virtual Perú moda LATAM 2021.	19

Lista de tablas

Tabla 1. Ciclo 1	23
Tabla 2. Ciclo 2	24
Tabla 3. Ciclo 3	25
Tabla 4. Ciclo 4	26

Parte II La Empresa

1.1. Aspectos Generales

Para caracterizar mejor la empresa en la que se llevaría a cabo el proyecto, a continuación se presentan los aspectos generales:

Ulead international es una organización enfocada en crear empresas líderes y de alto impacto en América Latina e integrarlas en cadenas globales de valor. En los últimos meses ha trabajado en proyectos en diferentes países como lo son México, Perú, Dubái, Francia, Estados Unidos entre otros.

Por medio de capacitación estratégica y en colaboración con instituciones certificadas nacionales y globales, desarrollamos y fortalecemos la competitividad, el crecimiento integral del equipo directivo y económico de las empresas, conectándose y posicionándose en mercados internacionales (Ulead international, s.f.).

Ulead se encarga de la organización de eventos y ruedas de negocio internacionales, además del comercio de productos y servicios no sólo Mexicanos sino también de América Latina, market research y creación de bases de datos. Facilita el establecimiento de relaciones entre empresas extranjeras con empresas en Latinoamérica, además de que proporciona guía y compañía durante el proceso.

1.1.1. 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 (Ulead international, s.f.).

Visión:

Crear empresas líderes de alto impacto en América Latina y volverlas globales, principalmente empresas dirigidas por mujeres (Ulead international, s.f.).

Valores Corporativos:

A Continuación se nombran los valores corporativos de Ulead: liderazgo, educación, compromiso, respeto, calidad, innovación, trabajo en equipo, inclusión, sustentabilidad, multiculturalismo y diversidad. (Ulead international, s.f.)

Ubicación Geográfica

Ulead se encuentra ubicada en Ciudad de México, específicamente en Plaza Carso, Amp Granada, 11529. Por otro lado, también tiene sedes en Colombia, Perú, Chile y Emiratos Árabes.

Figura 1

Ubicación geográfica de la empresa



Nota: Tomado de Google maps. (2021). Ulead International. Consultado el noviembre 10 2121.

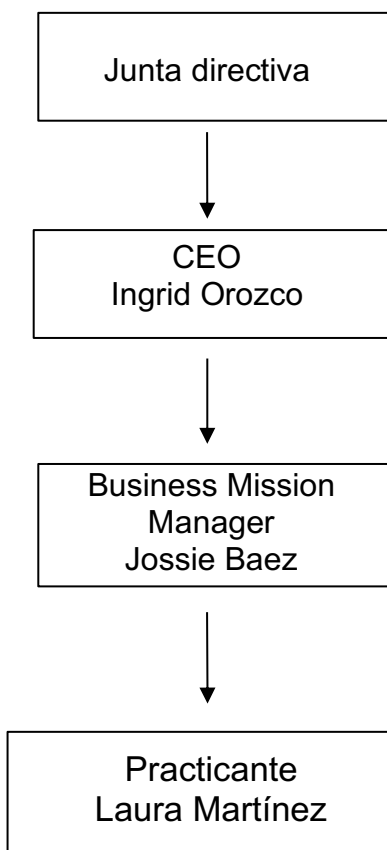
<https://www.google.com/maps/place/ULead+International/@19.4438909,99.2048468,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xd011e8eb43587526!8m2!3d19.4438909!4d-99.2048468>

1.1.2. Estructura Organizativa

A continuación, en la figura número 2, se presenta la estructura organizativa de Ulead.

Figura 2

Estructura organizativa.



Nota: Elaboración propia. (2021).

1.1.4. Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica

Las prácticas profesionales fueron realizadas en el área de logística y misiones comerciales donde se trabajaba de la mano con otros empresarios y empresas para llevar a cabo eventos en su mayoría de manera virtual, se hacían estudios de mercado y procesos de internacionalización de productos, servicios y empresas.

1.1.4.1. Análisis DOFA

En la figura 3 se puede observar detalladamente las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Ulead como empresa a través de un análisis DOFA. Con esta información se tendrá claridad sobre qué aspectos de la compañía se encuentran bien y en cuales hay que trabajar más para mejorar.

Figura 3. *Análisis DOFA*

1.1.4.2.1. Fortalezas ● El reconocimiento que tiene la empresa en la elaboración de eventos y ruedas de negocio dado al buen resultado que obtienen los clientes. ● La localización estratégica de las oficinas de la empresa en América Latina y Asia, las cuales permiten tener un mayor acceso y conexión con el cliente y las metas propuestas. ● Las alianzas estratégicas que tiene la empresa con diferentes organizaciones públicas y privadas a nivel mundial.	1.1.4.2.2. Oportunidades ● La capacidad que tiene la empresa para fidelizar clientes con los que ha tenido excelentes resultados. ● El efectivo canal de comunicación por parte de la CEO de la empresa y sus empleados el cual contribuye a obtener resultados exitosos y confiabilidad al momento de entregar o culminar algún proyecto. ● El nivel multicultural que hay en el ambiente laboral de la empresa, el cual brinda nuevas ideas y diferentes puntos de vista en los proyectos en los que se trabaja.
--	---

1.1.4.2.3. Debilidades • La falta de una estrategia efectiva para dar a conocer Ulead a través de sus redes sociales y página web. • La falta de información de lo que es y hace Ulead a través de su página web y los largos periodos de tiempo que hay entre publicaciones en las redes sociales. • La falta de interacción que hay en la página web de la empresa con aquellos la visitan, no hay opciones que vinculen la página con todas las redes sociales y la opción para tener acceso a Facebook no funciona correctamente.	1.1.4.2.4. Amenazas • El poco uso de las herramientas que ofrecen las redes sociales como lo son historias o hashtags para dar a conocer lo que hace y ofrece Ulead como multinacional. • La falta de actualización de la página web de la empresa y la poca interacción que hay en esta con el futuro cliente o inversionista. • El no establecimiento de una imagen acorde a la actividad comercial de la empresa en su página web lo cual manda un mensaje erróneo acerca de la de esta.
---	---

Nota: Elaboración propia. (2021).

PARTE III PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

2.1. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales.

Uno de los proyectos finales de Ulead era conseguir una oficina de representación en Estados Unidos, esto con el fin de generar mayores oportunidades comerciales para pequeñas y medianas empresas Mexicanas, de América Latina y Estados Unidos. Para tal fin, en este proyecto se contactaron alrededor de 37 oficinas de desarrollo de comercio internacional ubicadas en Estados Unidos; a cada una se le hizo llegar una propuesta en la que se explicaba de qué constaba

el proyecto, qué hace y ofrece Ulead además del link de acceso a las redes sociales de la compañía y la página web.

Conviene recordar que en la cultura estadounidense es importante tener una visión de lo que realmente es la empresa o persona con la que se realizan negocios y en tiempos de pandemia o post pandemia las redes sociales y páginas web son los medios más utilizados para dar a conocerse a profundidad. Sin embargo en el caso de Ulead la página web no cuenta con un aspecto llamativo o claro de lo que hace y ofrece la empresa sin contar que, al igual que sus redes sociales, no se encuentra actualizada. De manera consecuente, es comprensible que varias de las empresas contactadas expresaran su desinterés en trabajar con la Ulead.

Con base en lo anterior se plantea dar a la página web de la compañía una imagen apropiada la cual ofrezca una mejor idea de su identidad y de sus servicios. La imagen implicaría la actualización de la información presentada en la página web y un mayor flujo de información en las redes sociales con publicaciones llamativas y que generen la necesidad de saber más de la compañía.

2.2. Importancia, limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.

Importancia

El plan de mejora se enfoca en ampliar la visibilidad de la empresa para el público en general, por tanto, la importancia del mismo consiste en la mejora del aspecto de la página web y a su vez dar a conocer que hace Ulead como empresa a través de sus redes sociales, mostrar algunos proyectos en los que ha o está trabajando e incluso los logros que la empresa ha obtenido. A su

vez, contribuirá a generar confiabilidad y llamar la atención de futuros y actuales clientes, además de la posibilidad de generar negocio con otras empresas e individuos creando así una amplia red de conexiones a nivel internacional.

Limitaciones

Si bien es cierto que la compañía tiene conocimiento de las mejoras que tiene que implementar en su página web y sus redes sociales, no es posible hacer el debido seguimiento de impacto que generó el plan de mejora por términos de tiempo.

Alcances

En este plan de mejora se planteó una mejor imagen de la página web y las redes sociales con gráficos y colores más acordes a la actividad comercial de Ulead, haciéndola más llamativa para aquellos que visiten estos sitios.

2.3. Objetivo General

Mejorar la imagen de la página web y las redes sociales de la empresa Ulead, estableciendo una estrategia de e-marketing donde se mantenga un flujo de información constante y relevante que contribuya a generar y mantener conexiones con nuevos y actuales clientes, socios y oficinas comerciales alrededor del mundo.

2.3.1. Objetivo Específicos

- Actualizar información de manera constante, sobre la empresa.
- Dar una mejor imagen visual de la página web y las redes sociales de la compañía haciéndolas más llamativas, interactivas y claras al momento de tener acceso a estas.

- Mejorar el SEO de la página utilizando palabras claves y hashtags, con el fin de tener más visibilidad en la aparición de resultados al momento de hacer búsquedas en internet.

PARTE IV CONTENIDO

PLAN DE MEJORA

3.1 Propuesta de Mejora

En la actualidad, las páginas web y las redes sociales son uno de los medios más convencionales de comunicación y se han convertido en la carta de presentación de las empresas a nivel mundial. Es así como la información que se presenta en estos medios, el flujo de esta y cómo se visualiza son vitales para dar un mensaje correcto y obtener los resultados esperados.

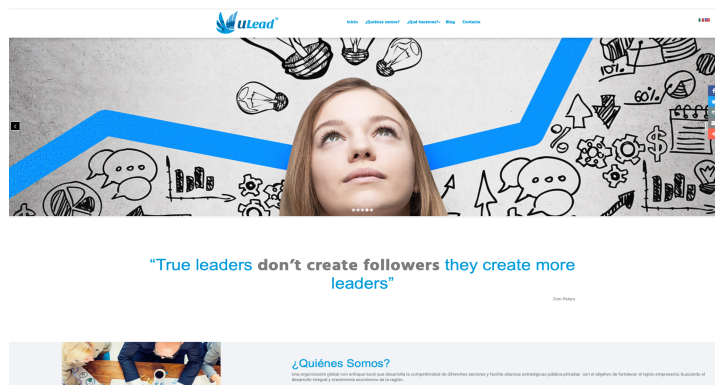
En esta propuesta se plantea una reestructuración, actualización y solidificación de la página web de la compañía Ulead, al igual que en sus redes sociales; implementando una herramienta que facilite el proceso de contacto con Ulead.

Para generar confianza al momento de hacer alianzas con posibles socios además de potenciales clientes y otras compañías, se hace pertinente dar a conocer Ulead como empresa, entonces un debido seguimiento y actualización de estos medios con contenido claro, conciso y directo es primordial. Además se puede mejorar el SEO; el cual, mediante palabras claves y acertadas ayudará a la aparición de la compañía cuando se realicen búsquedas relacionadas en Google.

Antes de la creación y desarrollo del plan de mejora, el landing page de la página web de la compañía da la impresión de que la empresa se dedica a alguna actividad educativa y los

gráficos utilizados no son llamativos tal y como se ve en la **figura 4. Landing page de Ulead international.**

Figura 4. Landing page de Ulead international



Nota: Imagen tomada de la página principal de Ulead International. Ulead International. (2021). Ulead. Consultado el 10 de noviembre de 2021. <https://uleadinternational.com>. (s.f.).

En la **figura 5. Landing page para Ulead international creada en Wix.com** con la implementación del plan de mejora propuesto, se puede observar una mejora en el landing page de la página web, además del uso de gráficos y colores que enfatizan la actividad comercial de Ulead son de mayor impacto y relación a la actividad comercial.

Figura 5. Landing page para Ulead international creada en Wix



Nota: Elaboración propia con el creador de sitios web WIX y con información de Ulead. Ulead International. (2021). Ulead. Consultado el 10 de noviembre de 2021. <https://uleadinternational.com>. (s.f.).

Por otro lado en cuanto al manejo de las redes sociales, se planteó publicaciones llamativas y relevantes sobre lo que hace la compañía, algunos proyectos y también invitaciones a eventos, sin desatender el tiempo entre cada publicación. Ejemplo: **Figura 6 *Anuncio del evento virtual Perú moda Latam 2021***

Figura 6. Anuncio del Evento Virtual Perú moda LATAM 2021



Nota: Imagen tomada de la invitación al evento Perú moda LATAM. Ulead International. (20 de mayo del 2021). Ulead. Consultado el 10 de noviembre de 2021. Invitación Perú moda LATAM 2021

3.2 Conclusiones

- Se mejoró la apariencia estética de la actual página web de la compañía para dar una idea más clara de la actividad comercial de esta.
- Se propuso hacer publicaciones más llamativas y frecuentes en las redes sociales con el fin de mostrar los proyectos en los que Ulead ha estado trabajando.
- Se propuso tener en cuenta el tiempo que hay entre publicaciones a través de redes sociales y hacer uso de herramientas tales como hashtags, menciones e historias para mejorar e incrementar el flujo de información en redes sociales y así mismo invitar a los usuarios a saber más de la empresa.
- Se plantea hacer mayor uso de la red social LinkedIn dado a la influencia e importancia que esta tiene en el sector de los negocios y laboral.

Referencias

Forbes Magazine. (2020, 3 de febrero). Why every business needs a website.

<https://www.forbes.com/sites/theyec/2020/02/03/why-every-business-needs-a-website/?sh=a58f3e06e75c>

Forbes Magazine. (2020, 10 de Septiembre). The importance of networking online - now more than ever. <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2020/09/10/the-importance-of-networking-online---now-more-than-ever/?sh=1705ad7a7d5e>

Santander (2021, 6 de Septiembre). Importancia de las redes sociales en tu estrategia de marketing. <https://www.becas-santander.com/es/blog/importancia-de-las-redes-sociales.html>

Search engine land. (2012, 17 de Mayo) The ultimate list of reasons why you need search engine Optimization. <https://searchengineland.com/the-ultimate-list-of-reasons-why-you-need-search-engine-optimization-121215>

Ulead international. (2021). Quienes somos. Consultado el 10 de noviembre del 2021.

<https://uleadinternational.com>.

Wix. (2021). Editor de sitios web Wix. Creación de página de Inicio para Ulead International.

Creado en enero del 2021. <https://lauramart05.wixsite.com/my-site-1>

PARTE V SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

4.1. Programación de actividades realizadas en la organización, ver ciclos.

Diariamente:

- Actualización de datos.
- Creación de bases de datos.
- Market research.
- Contacto de clientes e inversores.
- Confirmación de información.

Semanalmente:

- Asistir a reuniones, agendas de negocio y misiones comerciales digitales con posibles inversores y/o clientes además de directivos de Ulead.
- Desarrollo de eventos comerciales digitales.
- Reporte de logros y dificultades de la semana.
- Confirmación de información de bases de datos.
- Seguimiento, confirmación y envío de invitación a eventos.

4.1.1. Cumplimiento de objetivos

En las **tablas del 1 al 4** se describen mes a mes las actividades realizadas durante las prácticas profesionales, los logros y dificultades que se presentaron a lo largo del proceso.

4.1.1.1. Ciclo 1

Tabla 1. Ciclo 1

Fecha	Actividades	Logros	Dificultades
Marzo 2021	- Mexico Market research. - Okko	En primer lugar, conocer a profundidad el mercado Mexicano y qué cambios ha tenido a lo largo de los últimos tiempos. Estudio de mercado el cual mostró la viabilidad de comercializar productos saludables de calidad Mexicana en el mercado Estadounidense.	Las regulaciones que tienen algunos ingredientes de los alimentos que Okko ofrece.

Nota: Elaboración propia, Desarrollo Ciclo 1.

4.1.1.2. Ciclo2

Tabla 2. Ciclo 2

Fecha	Actividades	Logros	Dificultades
Marzo / abril 2021	- Expo Dubái 2020	Conseguir inversionistas de empresas reconocidas de México para que hicieran parte de la exposición empresarial que se llevaría a cabo en Dubai en el año 2021 y que fue aplazada por motivos de la pandemia.	Varias empresas se mostraron interesadas en participar, pero el capital y/o el personal con el que contaban se vio afectado por la pandemia Covid 19 y no les fue posible participar.

Nota: Elaboración propia, Desarrollo Ciclo 2.

4.1.1.3. Ciclo 3

Tabla 3. Ciclo 3

Fecha	Actividades	Logros	Dificultades
Mayo / Junio 2021	- Misión Perú (Perú moda Latam 2021)	Empresarios de textiles peruanos daban a conocer sus productos a grandes y medianos confeccionistas mexicanos. Este proyecto tuvo mucho éxito e incluso logré ser parte de varias reuniones y conocer varios de los empresarios tanto peruanos como mexicanos.	Hubo problemas al momento de hacer la inscripción al evento dado a que la plataforma era confusa.

Nota: Elaboración propia, Desarrollo Ciclo 3

4.1.1.4. Ciclo 4

Tabla 4. Ciclo 4

Fecha	Actividades	Logros	Dificultades
Julio / Agosto / Septiembre	- Poultry Project, France - Share trade mission.	Con respecto al proyecto de pollo en Francia se logró contactar algunos compradores interesados en adquirir el pollo. En el caso del proyecto Share trade, si bien fue muy enriquecedor dado a las personas contactadas, se presentaron varios inconvenientes que llevaron a que este proyecto no fuese exitoso.	El idioma, la cultura francesa es muy reacia a usar otro idioma que no es el de ellos. En el proyecto de Share trade y desde mi punto de vista, la actualización en la página web y la actualización de las redes sociales de la compañía fueron un factor importante a la hora de que los empresarios contactados decidiera si hacer negocios o no con la empresa, además de que la elaboración de documentos oficiales por parte de la empresa tomaba demasiado tiempo.

Nota: Elaboración propia, Desarrollo Ciclo 4.