

**Diseño de un plan de medios digitales para el posicionamiento de Trading Solutions
Company SAS como agente de carga en el transporte internacional en Colombia**

Mateo Ibañez Fernández, Carlos Andrés Cabrales Beleño y Leidy Paola Cubides Zuleta

Trabajo de investigación y propositivo para el Diplomado Negocios en Medios Digitales

Director

David Andrés Suárez Suárez

Magister en Dirección y Administración de Empresas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Especialización en Gerencia de los Negocios Internacionales

2022

Contenido

Introducción	8
1. Diseño de un plan de medios digitales para el posicionamiento de Trading Solutions Company SAS como agente de carga en el transporte internacional en Colombia.	9
1.1 Objetivos	9
1.1.1 Objetivo general	9
1.1.2 Objetivos específicos.....	9
2. Marco referencial	9
2.1 Marco teórico	9
2.2 Marco legal.....	11
2.2.1 Ley del comercio electrónico	12
2.2.2 Decreto 285	12
3. Diagnóstico del plan de medios digitales.....	13
3.1 Diagnostico empresarial.....	13
3.2 Situación actual de los medios digitales.....	14
3.3 Publico objetivo.....	19
4. Determinar la presencia digital de la competencia real y potencial de la empresa Trading Solutions Company SAS en el mercado de transporte de carga internacional en Colombia.	21
4.1 Competencia real y potencial	21
4.1.1 Mangum logistics	22
4.1.2 CML cargo.....	22
4.1.3 Sea cargo	22
4.1.4 Bemel TIBA GROUP.....	22

5. Diseñar estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la empresa Trading Solutions Company SAS en el mercado de transporte de carga internacional en Colombia	25
5.1 Creación Red Social Instagram	26
5.2 Creación campaña Google ADS	28
5.3 Creación campaña Facebook ADS.....	29
6. Conclusiones	31
Referencias.....	34

Lista de figuras

Figura 1. <i>Página Web Trading Solutions Company SAS</i>	15
Figura 2. <i>Rendimiento SEO</i>	17
Figura 3. <i>Facebook Empresarial</i>	18
Figura 4. <i>LinkedIn Trading Solutions Company SAS.</i>	18
Figura 5. <i>Buyer Persona (perfil general, información demográfica e identificadores)</i>	19
Figura 6. <i>Buyer Persona (objetivos, retos y ayuda)</i>	19
Figura 7. <i>Buyer Persona (comentarios y quejas comunes)</i>	20
Figura 8. <i>Buyer persona (mensaje de marketing y ventas)</i>	20
Figura 9. <i>Ranking</i>	23
Figura 10. <i>Visitas WEB</i>	23
Figura 11. <i>Visitas por semana</i>	24
Figura 12. <i>Canales Digitales</i>	24
Figura 13. <i>Cuadro comparativo redes sociales</i>	25
Figura 14. <i>Instagram Trading Solutions Co.</i>	27
Figura 15. <i>Campaña Google ADS</i>	28
Figura 16. <i>Anuncios Google ADS</i>	29
Figura 17. <i>Campaña Facebook ADS</i>	30

Lista de tablas

Tabla 1. <i>DOFA Trading Solutions Company S.A.S</i>	14
Tabla 2. <i>DOFA Digital Trading Solutions Company S.A.S</i>	16
Tabla 3. <i>Objetivo Estratégico</i>	26

Resumen

Esta propuesta realiza un análisis de las practicas digitales de las empresas relacionadas al mercado de Carga Internacional en Colombia, haciendo énfasis en la empresa Trading Solutions Company SAS y como la implementación de un plan de medios digitales se ha vuelto con el pasar del tiempo, una herramienta de gran importancia para crecer y lograr un posicionamiento de las organizaciones en el mercado. Para las compañías que tienen sus actividades con miras a lo internacional es preciso contar con una presencia más robusta a la hora de ofrecer sus servicios y/o productos de manera digital, para lograr dar solución de una necesidad del mercado. Sin duda alguna, esto se llevará a cabo a través de un análisis interno de la compañía y de la competencia real y potencial de la misma, y de las estrategias de comercio electrónico que puedan ser implementadas en la empresa, así como también, el estudio del contexto histórico del mercado electrónico de este gremio en el país.

Palabras clave: Negocios Internacionales, medios digitales, posicionamiento, mercadeo digital.

Abstract

This study makes an analysis of the digital practices of companies related to the international cargo trade in Colombia, with emphasis on Trading Solutions Company SAS and how the implementation of a digital media plan has become over time, a tool of great importance to grow and achieve a positioning of the organization in the market. For companies that have their activities with a view to the international field, it is necessary to have a more robust presence when offering their services and/or products digitally, to achieve a solution to a market need. Undoubtedly, this will be done through an internal analysis of the company and its real and potential competition, and the e-commerce strategies that can be implemented in the company, as well as the study of the historical context of the electronic market of this guild in the country.

Keywords: International business, digital media, positioning, digital marketing.

Introducción

Las tendencias del mercadeo han avanzado cada día más y con la evolución del internet, lo que conocemos como marketing digital se ha venido desarrollando cada vez más en base a las tecnologías emergentes que han coadyuvado al auge de esta herramienta de promoción de productos y/o servicios no solo durante el presente año, sino también en los venideros.

Es oportuno recalcar la importancia que el mercadeo a través de los medios digitales tiene para todas las empresas sin importar su foco de acción económico, debido a que se convierte en una estrategia necesaria y prioritaria para las compañías que vienen experimentando cambios en los últimos años. El internet y las redes sociales han marcado un antes y un después en la manera en que se ofertan los bienes y servicios y como las necesidades de los consumidores son atendidas y entendidas con mayor facilidad.

Dicho esto, tanto las redes sociales, pagina web y/o diferentes canales digitales hacen parte fundamental del éxito de una empresa al momento de plantear sus estrategias de mercadeo, promoción y posicionamiento de marca en el mercado y en donde claramente, las empresas colombianas no pueden ser ajenas a estos avances y oportunidades que la era de la digitalización nos da al alcance de un clic.

Por tanto, lo que se quiere con esta investigación es lograr determinar los factores necesarios para la generación de una correcta estrategia de plan de medios digitales para una compañía que se desenvuelve en el mercado de comercio exterior en Colombia y así, poder lograr un perfil económico más competitivo y diferenciador, captación de nuevos y potenciales clientes, crecimiento organizacional y alcance de metas a corto y largo plazo.

1. Diseño de un plan de medios digitales para el posicionamiento de Trading Solutions Company SAS como agente de carga en el transporte internacional en Colombia.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo general

Diseñar un plan de Medios Digitales para el posicionamiento de la empresa Trading Solutions Company SAS en el mercado de transporte de carga internacional en Colombia.

1.1.2 Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico la situación interna de la empresa Trading Solutions Company SAS, que permita la identificación de factores digitales para su posicionamiento en Colombia.

Determinar la presencia digital de la competencia real y potencial de la empresa Trading Solutions Company SAS en el mercado de transporte de carga internacional en Colombia.

Diseñar estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la empresa Trading Solutions Company SAS en el mercado de transporte de carga internacional en Colombia.

2. Marco referencial

2.1 Marco teórico

Las transformaciones que ha realizado el E-commerce en el mundo han sido enormes. Los grandes cambios en torno a la competitividad, han marcado el desarrollo de procesos, de conexión entre productos y servicios con los consumidores. Sí bien la competitividad nos ha llevado al

desarrollo vertiginoso de tecnologías, nos ha impulsado también a buscarlo en el menor tiempo posible, con la menor carga de costo beneficio y con la cobertura más integral posible de nuestras necesidades.

Podemos remontar el inicio del comercio electrónico desde la salida de la primera tarjeta de crédito en 1914, lanzada por la compañía Western Unión a sus más selectos clientes. Más adelante, entre 1920 y 1930, se realizan las primeras ventas por catálogo en los Estados Unidos, trayendo al mercado una nueva forma de ofertar productos; Pero el invento que revolucionará el inicio de una forma eficaz para comunicarnos saldría en 1950 con la evolución del teléfono y para 1968 de la plataforma Electronic Data Interchange (EDI), que permitía transmitir datos, órdenes de compra y factura de manera electrónica, dando como resultado que el inglés Michael Aldrich realizara las primeras transacciones electrónicas informáticas de ventas. (PY+, 2015).

El desarrollo de redes a nivel global se materializa para 1991, década en donde aparecen las plataformas virtuales más grandes como Amazon, E-bay y Mercado Libre, a consecuencia de la eliminación de las restricciones de internet para uso comercial por parte de la National Science Foundation (NSF). En 1992 aparece IBM Simon, el primer smartphone que fue distribuido por EEUU y nace el primer proyecto online, el cual, era un sistema que acumulaba a los tableros de anuncios para la venta y compra de libros, se convertiría entonces en Books.com. A su vez, para el mismo año, Netscape implementa el protocolo para Secure Sockets Layer (SSL), que permite el envío de datos personales de forma segura. Entre 1997 y 1998, empresas como Coca-Cola, fue la primera compañía en implementar un sistema para comprar sus productos por el celular mientras que PayPal ofrece facilidades y seguridad para el pago electrónico. (Kitonyi, 2017)

Entre las décadas del 2000 al 2020, se puede definir como la era en donde el E-commerce florece a pesar de la caída de la bolsa en 2001, pero que para el 2008 evoluciona con un panorama

más poderoso y consolida a menor costo con curvas de crecimientos del 25%, teniendo como focos la comunicación, acceso a contenidos multimedia, aparición de los teléfonos inteligentes y facilitando la relación entre personas a través del internet hasta la actualidad.

En Colombia, el panorama actual frente al comercio electrónico ha girado en torno a las regulaciones para el tratamiento de datos personales, la libre competencia y los derechos de los consumidores. No obstante, tomando como referencia la última década, Colombia ocupa el quinto lugar en el mercado virtual (44%) y se encuentra entre los primeros países de América Latina que le apuestan a fortalecer el sector con expectativas de amplios márgenes de crecimiento. La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico señala que Colombia tiene un 3% en el comercio en general, comparada con la tasa del 10% que tiene los Estados Unidos, es una cifra que es representativamente alta en comparación al gigante del norte. (Zuluaga, 2020)

2.2 Marco legal

Como cualquier otro país, Colombia está regulado por normas y leyes dispuestas para garantizar un correcto desarrollo de las actividades que en él se llevan a cabo. De esta forma, para la implementación de una propuesta de medios digitales para la empresa Trading Solutions Company SAS es importante tener en cuenta un panorama más allá del entorno económico y tecnológico, lo que implica sin duda, el estudio de leyes importantes a la hora de prestar un servicio de manera digital, ya que el desconocimiento de la misma no implica el no cumplimiento de la ley con sus respectivas multas y sanciones.

Dicho esto, el marco legal de internet en Colombia debe conocerse como el tratamiento de la ley en el sector digital en Colombia. Protección de la propiedad intelectual, la propiedad industrial (marcas y nombres comerciales), la promoción en internet y comercio electrónico, la

comunicación comercial por internet y la protección de datos, así como la legislación colombiana aplicable a casos de comercio exterior, legislación aduanera y decretos que rigen las actividades de importación y exportación, a continuación, se detallan alguna de ellas.

2.2.1 Ley del comercio electrónico

“Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones”

Esta ley establece la seguridad, validez y eficacia de los actos administrativos realizados por medio electrónico y sienta las bases para la implementación del proceso administrativo.

La Ley 527 tiene como objeto salvaguardar los derechos y obligaciones de los originadores, destinatarios y entidades en el uso de los datos a fin de mantener la integridad y originalidad de la información proporcionada en los mensajes de datos. Potenciar la validez y confiabilidad de la información siendo aprobada bajo diferentes condiciones como fuerza probatoria. (Archivo General de La Nación Colombia, 1999)

2.2.2 Decreto 285

“por el cual se establecen las disposiciones que rigen los Sistemas Especiales de Importación Exportación y se derogan los Decretos 2331 de 2001, 2099 y 2100 de 2008”.

Este régimen establece una regulación para las importaciones y exportaciones, que autorice la exención de impuestos o la devolución de derechos aduaneros. Impuestos de pago de bienes, materias primas, insumos, ventas de servicios, maquinarias, equipos, repuestos y tecnologías utilizados para la producción de bienes, tecnologías y servicios para la exportación y en todo caso

para estimular el valor agregado del país importaciones de bienes para aumentar las exportaciones. (Decreto 285 de 26 de Febrero de 2020)

A nivel internacional la exportación de servicios está enmarcada de acuerdo al Acuerdo General de Comercio de Servicios de 1995 (AGCS) donde se identifican los 4 modos para el comercio de servicios a nivel mundial, también “Busca un sistema de trato justo e imparcial para sus participantes, impulsar la actividad económica, apoyar la expansión del comercio de servicios como medio para impulsar el crecimiento, el desarrollo y la liberalización” (Legiscomex.com, 2019). Finalmente, para la canalización de las divisas ante el Banco de la República en la Circular Reglamentaria Externa – DCIN – 83 (Banco de la República de Colombia, 2016) habla sobre los numerales cambiarios que se deben usar al diligenciar la declaración de cambio.

3. Diagnóstico del plan de medios digitales

3.1 Diagnostico empresarial

Trading Solutions Co. es una multinacional dedicada a la operación logística de operaciones de exportación e importación. Su objetivo, por tanto, es aliviar el trabajo de sus clientes, siendo proveedores de todos los servicios requeridos; es decir, realiza transporte de carga internacional, agenciamiento de aduanas, transporte terrestre, almacenamiento y otros servicios inherentes a operaciones de comercio exterior. (Trading Solutions.com, s.f.)

Actualmente cuenta con dos sedes, su principal se encuentra ubicada en el Caribe colombiano más específicamente en Barranquilla, Atlántico y su matriz internacional ubicada en Miami, Florida en los Estados Unidos.

Tabla 1.*DOFA Trading Solutions Company S.A.S*

Fortalezas	Debilidades
Capacidad de movilización de altos volúmenes de carga duplicada.	Limitaciones a movilizar una tasa de volúmenes a crecimientos más acelerados de los esperado, por encima del 7%, ya que estamos preparados para duplicar lo realizado en los 2 últimos años de operación.
Capacidad logística operativa con modelos estadísticos matemáticos.	
Servicio de carga más económicos por altos volúmenes de carga a movilizar.	
Sedes en diferentes países para proteger al consumidor de los cambios en las economías.	
Oportunidades	Amenazas
800 millones de contenedores anuales.	Cambios de preferencias de los consumidores.
proyecciones para el 2022 de incremento del siete por ciento, 57 millones de contenedores más en el mercado.	Movilización y reactivación.
Incrementos de volúmenes de carga.	Entrada del nuevo gobierno colombiano que modifique las reglas de juego y solicite renegociación de los tratados de libre comercio.
Oferta de capacidad operativa para movilización de carga.	Incremento de barreras no arancelarias que impacten los volúmenes de carga a movilizar.

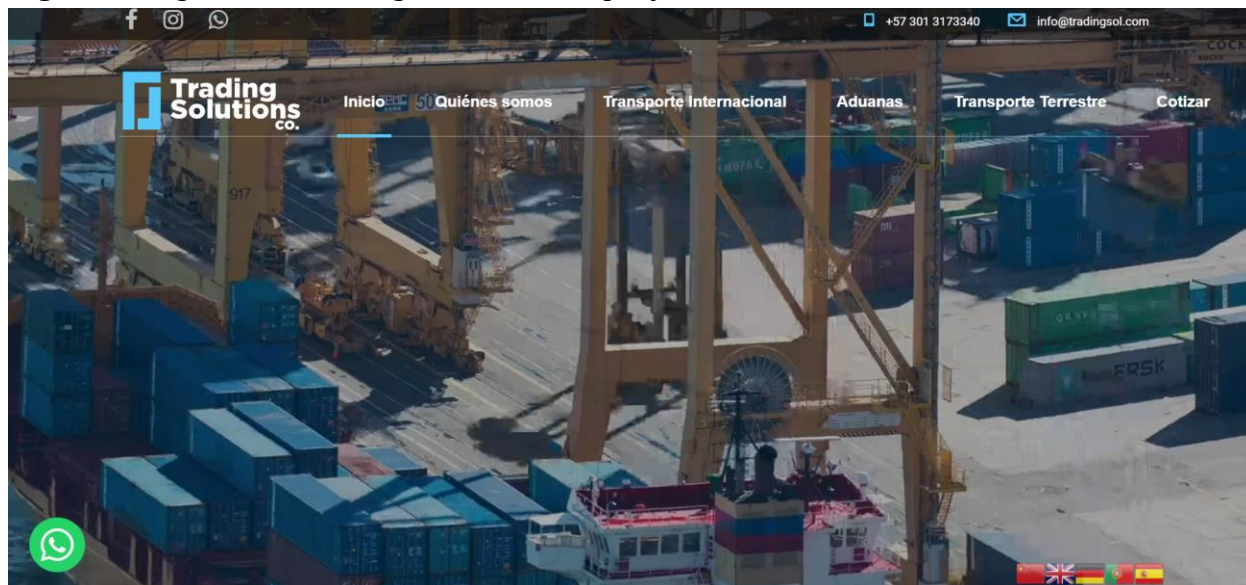
3.2 Situación actual de los medios digitales

Los medios digitales, según teoría son aquellos espacios que facilitan el intercambio de información entre usuarios en línea y creadores de contenido. En el caso de las empresas se convierten en el principal difusor de información, generando comunicaciones para atraer clientes potenciales y establecer vínculos. (Formate, 2021)

Trading Solutions Company SAS cuenta con una página web creada para facilitar el acceso a la información de los servicios que la organización ofrece para aliviar las cargas en las operaciones de comercio exterior de sus potenciales clientes. Su website se encuentra bajo el dominio <https://tradingsol.com/>, en la cual podemos encontrar servicios de información de carga internacional marítima, terrestre y área, un apartado de información empresarial, además, una

sección especial en donde los clientes pueden cotizar sus operaciones con nuestra compañía de carga (figura 1). Al ser un agente internacional, cuenta con la información de su página en cinco diferentes idiomas: español, inglés, francés, portugués y alemán, sin embargo, no cuenta con sección para compras en línea o chat directo con personal de servicio al cliente.

Figura 1. *Página Web Trading Solutions Company SAS*



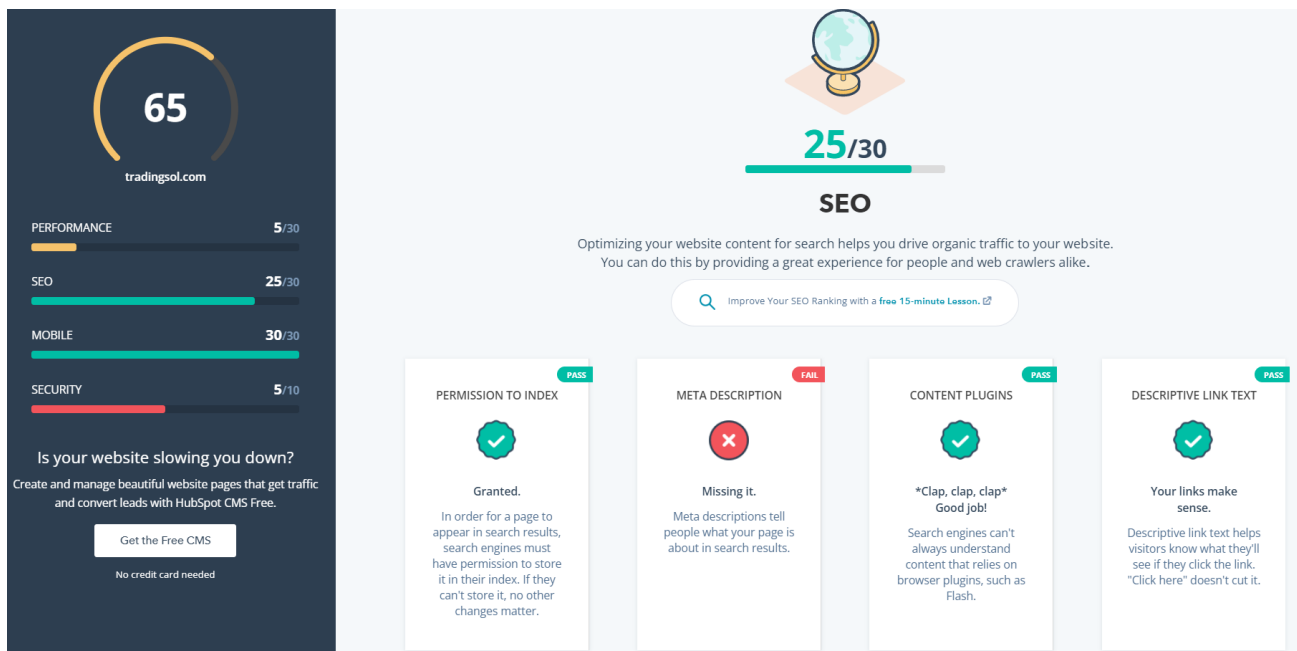
Otro de los beneficios es que permite al usuario tener al alcance de un click las diferentes redes sociales que maneja la organización y así, poder ofrecerles a través de otros canales digitales la experiencia de compra de sus servicios, LinkedIn y Facebook son algunas de ellas.

Una de las posibilidades que nos permite la página web es poder conocer a través de distintas herramientas digitales el posicionamiento SEO, que, en palabras sencillas, no es más que la medición del éxito de la página web, y que también podemos utilizar para la identificación de posibles problemas y el análisis de la comparación con otras páginas web.

Tabla 2. *DOFA Digital Trading Solutions Company S.A.S*

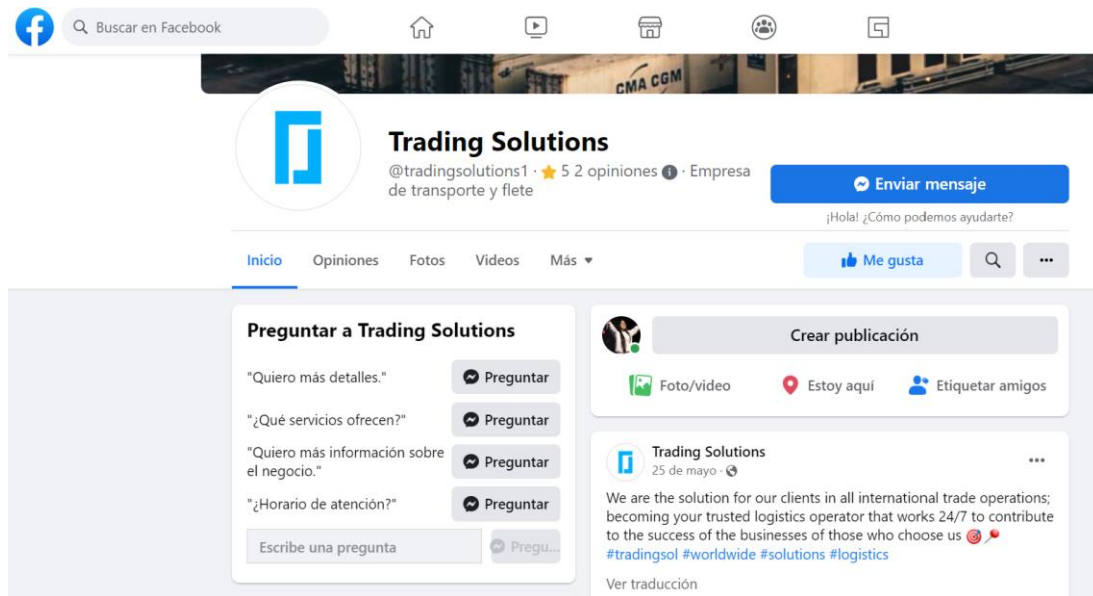
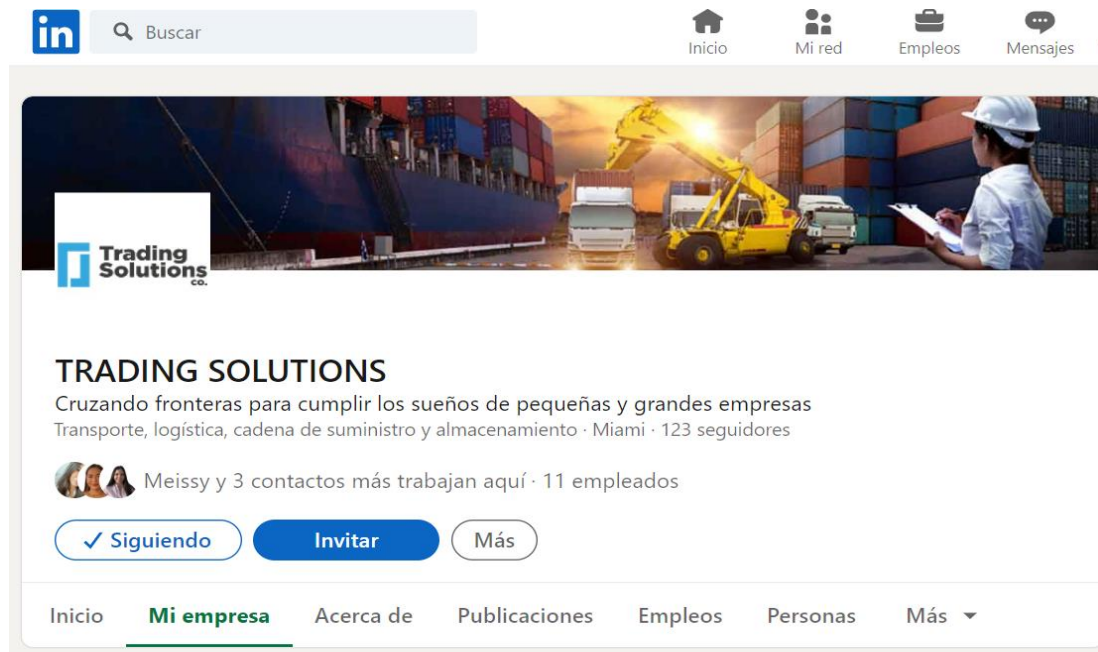
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Soporte y cobertura en todas las áreas de la compañía con conexión directa a través de: - Chat de WhatsApp - Presencia Página Web. - Cotización en línea. - Facebook..	Ausencia de canal YouTube, Instagram y Twitter. Ausencia de posicionamiento en Google ADS. Ausencia de utilización de oficinas virtuales. Ausencia de publicidad en medios de comunicación masivos nacionales e internacionales. No cuenta con APK.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Posicionamiento como marca aliada en las redes de comunicación empresariales. Incremento de suscriptores y seguidores en las redes sociales encaminadas al público objetivo de personas que buscan transportes especiales de mercancía. Creación de canal Youtube, Instagram y Twitter. Lanzamiento de plataforma APK para nuevos procesos de consolidación en la cadena de logística.	Cambios regulatorios que impidan o restrinjan el procesamiento de datos para el manejo de cargas. Lo anterior, teniendo en cuenta el manejo de servicio de carga especial que ofrece la compañía en el transporte de mascotas. Negociación de los tratados de libre comercio con el cambio de gobierno que puedan bloquear o entorpecer el acceso a medios digitales y funcionamiento de plataformas.

Según OmDream empresa especializada en medios digitales, define el posicionamiento SEO como “todos aquellos parámetros que nos servirán para identificar en qué grado estamos alcanzando los objetivos de posicionamiento planteados en nuestro sitio web” (Online Marketing Dream, 2018). Dicho esto, y gracias a herramientas como Website Grader podemos analizar la calificación SEO de Trading Solutions Company SAS en base a su página web (Figura 2).

Figura 2. Rendimiento SEO

En base a este análisis, podemos observar que cuenta con 25 de 30 puntos, en donde puntúa con buena calificación en factores como: permisos para indexar, complementos de contenido digital y texto de enlace descriptivo. Sin embargo, nos muestra un factor que no está del todo desarrollado correctamente y es la metadescripción, el cual nos permite analizar que no se está comunicando de forma clara a las personas de qué se trata la página en los resultados de búsqueda.

Trading Solutions Co. reconoce la importancia de los medios digitales a la hora de expandir su negocio e impactar a su mercado objetivo, por esto cuenta con diferentes redes sociales (figura 3 y 4) con las cuales abarcar cada vez más un número mayor de usuarios a los cuales ofrecerles sus servicios de carga internacional.

Figura 3.Facebook Empresarial**Figura 4.**LinkedIn Trading Solutions Company SAS.

3.3 Publico objetivo

Figura 5.Buyer Persona (perfil general, información demográfica e identificadores)



Perfil General

Empresas exportadoras e importadoras que requieran movilizar su carga por los distintos modos de transporte que se acomode a su necesidad y operatividad. En otro perfil de clientes, contamos con personas particulares que tienen necesidad de movilizarse o de transportar mascotas de manera segura.

Información Demográfica

- Empresas Importadoras o Exportadoras.
- particulares que requieran servicios especiales como vuelos chárter o transporte de mascotas.
- Pequeñas, medianas y grandes empresas colombianas o extranjeras que inicien operaciones internacionales.

Identificadores

Empresas con la necesidad de poder movilizar los productos que consume o comercializa, adicionalmente de los que después de la pandemia solicita. Empresas con la necesidad de movilizar su carga a una velocidad que acompañe las cifras de crecimiento. También son empresas que mueven altos volúmenes de mercancías y necesitan un aliado que les garantice el transporte de sus productos y poder movilizar su carga con eficiencia de un lugar a otro.

Figura 6. Buyer Persona (objetivos, retos y ayuda)



Objetivos

Objetivo Primario: Convertirnos en el aliado logístico de preferencia número uno entre las empresas y particulares que requieren servicios de logística en transporte de carga y mascotas.

Objetivo Secundario: Incrementar las operaciones a 8 millones de dólares en movilización de carga para el 2026, teniendo en cuenta el crecimiento del 2019 al 2021 de 2 a 4 millones en ese periodo.

Retos

Reto Primario: Poder ofrecer a nuestros clientes la capacidad operativa para poder movilizar la carga de un lugar a otro con las proyecciones de duplicación sostenida de la movilización de carga anual.

Reto Secundario: Cambio en el cerebro del consumidor, que prefiere los productos de antes de la pandemia y otros adicionales que ahora consume después de la pandemia y la principal necesidad de las empresas es reactivarse económicamente.

Cómo podemos ayudar

- Desarrollo de modelos estadísticos y matemáticos que nos permiten optimizar nuestros procesos para brindar al cliente una solución logística operativa y económica.
- Equipo de trabajo trilingüe, capacitado y orientado al customer services.
- La compañía brinda soporte de escalabilidad a través de la presencia en diferentes países, lo que permite adaptación de la cultura de nuestros clientes en sus países.
- La compañía también se estableció en distintos países para proteger a los clientes de contextos políticos y económicos en donde pueden brindar soporte.

Figura 7.Buyer Persona (comentarios y quejas comunes)**Comentarios**

- ¿Cuáles son los procesos para importar o exportar y cuál es su costo?
- ¿Cómo evitar ser estafado por un comprador o un vendedor?
- ¿Cómo se consiguen proveedores reales y serios?
- ¿Cuáles son los métodos de pago más seguros?
- ¿Cuáles son las modalidades de estafa más comunes?
- ¿Cómo puedo optimizar los márgenes de utilidad de mi compañía a través del comercio exterior?

Quejas Comunes

- El cliente no se siente seguro al utilizar un agente logístico de carga porque piensan que la mercancía corre peligro y con ella las finanzas de sus empresas.
- Otra queja común que se presenta ante los agentes logísticos, es la demora en tiempos y puntualidad de las entregas de la mercancía.
- El cliente no cuenta con soporte técnico y especializado de capital humano que le ayude a acompañarlo y brindarle toda la asesoría posible durante el proceso de transporte de su mercancía.

Figura 8.Buyer persona (mensaje de marketing y ventas)

Trading Solutions CO trabaja más allá de lo común en cada operación logística realizada; brindando un servicio excelente, personalizado y garantizado, para todos nuestros clientes; de manera que sientan soporte y soluciones logísticas en cada operación.

Mensaje de Marketing

- Entregar servicios al cliente ambientalmente responsables
- Proporcionar a los empleados un entorno de trabajo atractivo
- Ser un socio activo de la comunidad
- Mantener altos estándares éticos
- Impulsar la mejora continua
- Seguridad en su carga
- Seguridad de carga aérea y marítima
- Servicio de aduanas altamente eficientes
- Garantizar total seguridad
- Mantener un óptimo servicio al cliente

Somos la solución para nuestros clientes en toda operación de comercio internacional; convirtiéndonos en su operador logístico de confianza que trabaja 24/7 para aportar al éxito de los negocios de aquellos quienes nos eligen.

Mensaje de Ventas

SEGURIDAD	¡A TIEMPO!	SOPORTE
La mejor garantía que usted puede tener es la seguridad de su carga. Trading Solutions cuida de sus intereses, lo hacemos con excelencia.	Entregas rápidas a destino. Nuestro equipo está altamente capacitado y entrenado para que todo proceso logístico se lleve a cabo con éxito.	En Trading Solutions cuenta con un equipo de soporte en cada una de nuestras áreas, listo para atenderle y asesorarle en lo que necesita.

4. Determinar la presencia digital de la competencia real y potencial de la empresa Trading Solutions Company SAS en el mercado de transporte de carga internacional en Colombia.

4.1 Competencia real y potencial

De acuerdo con la Asociación Nacional de Comercio Exterior, Analdex, *“los productos y servicios han venido jalonando el crecimiento en el intercambio de productos a nivel mundial y en el caso colombiano han presentado crecimientos de doble dígito lo cual se registra como una opción para que las empresas pequeñas y medianas exporten más y aporten a su crecimiento”*. (El Portafolio, 2021). Lo expresado por Analdex se traduce en el incremento de operaciones de comercio exterior, y, por tanto, el nivel de exigencia por parte de los empresarios, que también aumenta con sus problemas en las operaciones de importación y exportación.

En este punto los agentes de carga internacional cumplen con un papel importante al darle solución a las problemáticas de transporte de mercancías que plantea hoy por hoy el mercado global. Así como Trading Solutions CO. existen un abanico de empresas que dedican sus operaciones a la salida de dificultades en sus operaciones y quienes, a su vez, invierten en sus tácticas digitales para ampliar su mercado objetivo.

Dicho esto, a continuación, veremos la comparación digital de nuestra empresa Trading Solutions Company SAS frente a las siguientes compañías del mercado de carga internacional en Colombia, con el fin de tener un panorama de cómo se encuentra posicionada la empresa a través de la página web en internet:

- Mangum Logistics
- CML Cargo
- Bemel TIBA group
- Sea Cargo

4.1.1 Mangum logistics

Magnum es un operador logístico integral con 21 años de experiencia en el sector; funciona como un aliado estratégico, facilitando soluciones integrales a la medida de sus clientes, lo que le ha permitido garantizar altos estándares de calidad en la cadena de abastecimiento. (Magnum Logistics, s.f.)

4.1.2 CML cargo

En CLM Cargo “Agente de Carga Internacional y Agentes de Aduana” es un grupo de profesionales en negocios internacionales principalmente, dedicados a hacer las importaciones y exportaciones más fáciles, integrando todos los servicios de la cadena logística, transporte internacional aéreo, transporte internacional marítimo para contenedores y carga suelta o grupaje LCL / FCL. (CML CARGO, s.f.)

4.1.3 Sea cargo

SCL es un agente de carga líder en Latinoamérica para importaciones y exportaciones de mercancías. Realiza las operaciones de importación y exportación de mercancías para tu empresa vía aérea, vía marítima y terrestre, convirtiéndonos en parte integral de tu cadena de suministro. (SEA CARGO, s.f.)

4.1.4 Bemel TIBA GROUP

Bemel es un agente de carga internacional que presta servicios de transporte marítimo y aéreo internacional, consolidados marítimos LCL, OTM, DTA, Transporte terrestre,

Intermediación aduanera, proyectos especiales, Logística y seguros, con amplia experiencia en el mercado de Freight Forwarding. (BEMEL, s.f.)

Para el análisis de la competencia utilizaremos la herramienta *Similar Web*, la cual proporciona servicios de análisis web y ofrece a los usuarios información sobre el tráfico y el rendimiento web de sus clientes y competidores.

Figura 9.*Ranking*

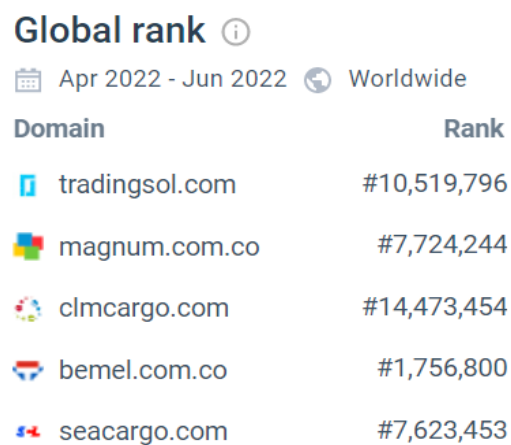


Figura 10.*Visitas WEB*

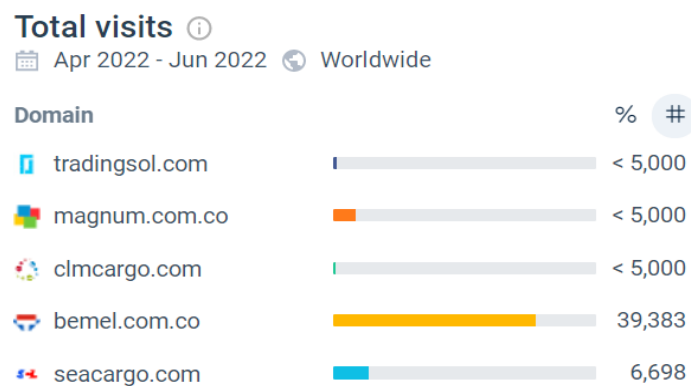
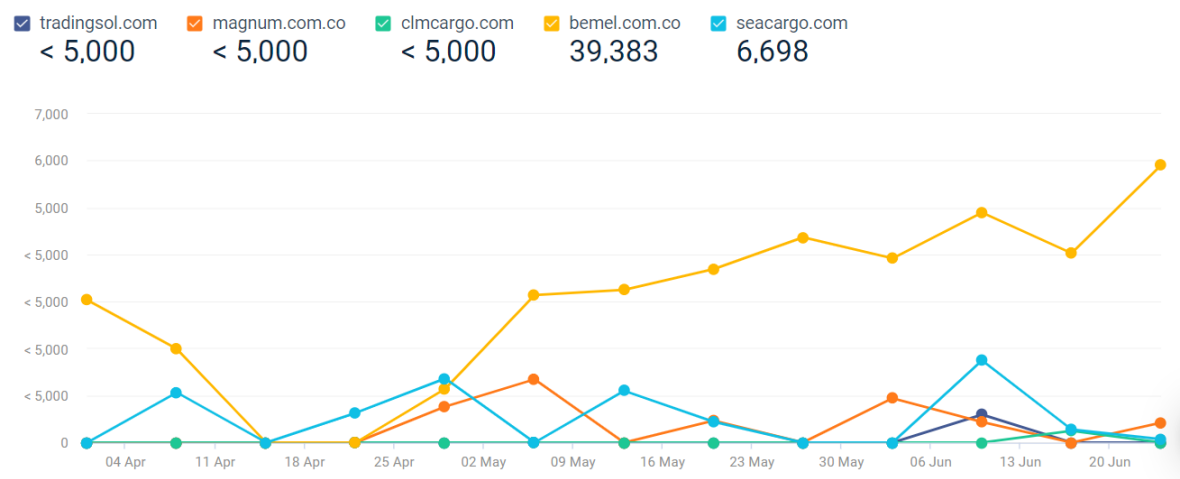
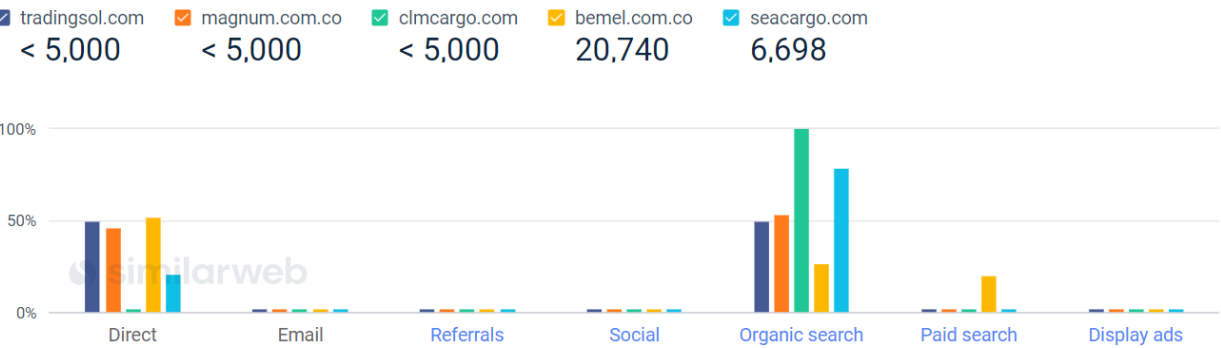


Figura 11. Visitas por semana



Como podemos observar en este análisis (figura 7) las visitas que obtiene la página web de la compañía no se mantienen a lo largo del tiempo, por lo que su competencia puede superar e incluso duplicar este factor importante a la hora de posicionarse en la web como un agente de carga internacional referente en el mercado.

Figura 12. Canales Digitales



Dentro de los canales digitales que se pueden tomar a consideración, encontramos los directos que son tal como lo dice su nombre, son aquellos que permiten que el consumidor adquiera

el producto desde el fabricante, sin necesidad de ningún intermediario, a través de búsquedas orgánicas, lo cual es muy positivo.

Sin embargo, para conocer un poco más a detalle la diferencia entre las compañías anteriormente mencionadas, decidimos realizar un cuadro comparativo (figura 9), en donde podemos observar el impacto en números que posee cada organización con las redes sociales más utilizadas Facebook y LinkedIn, en donde concluimos que Trading Solutions Co. aún le falta mucho camino por recorrer en el ámbito digital para dar la pelea en el mercado colombiano.

Figura 13. Cuadro comparativo redes sociales

DATOS PARA ANALIZAR A TU COMPETENCIA EN LAS REDES SOCIALES											
FACEBOOK											
	Cuenta	Seguidores	Tipo de contenido				Frecuencia de publicación		Engagement		
		Nº seguidores actuales	Texto	Imágenes	Videos	Infografías	Publicaciones diarias	Publicaciones semanales	Me gusta	Comentarios	Shares
TRADING SOLUTIONS	tradingsolutionsl	275	2	20	7	0	1	5	275	10	3
Mangum Logistics	MagnumLogistics	1.812	12	40	32	0	3	9	1674	28	8
CML Cargo	NO TIENE FACEBOOK	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Bemel TIBA group	tibacolombia	5280	19	38	24	2	2	11	4937	33	21
Sea Cargo	theseacargogroup	230	1	12	2	0	0.5	4	210	2	0
LINKEDIN											
	Cuenta	Seguidores	Tipo de contenido				Frecuencia de publicación		Engagement		
		Nº seguidores actuales	Texto	Imágenes	Videos	Infografías	Publicaciones diarias	Publicaciones semanales	Recomendaciones (Me gusta)	Comentarios	Shares
TRADING SOLUTIONS	trading-sol	123	5	10	1	2	1	3	15	2	0
Mangum Logistics	magnum-logistics-s-a-s	2274	7	14	3	6	2	6	28	6	2
CML Cargo	NO TIENE LINKEDIN	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Bemel TIBA group	bemel-s.a	495	7	11	2	4	1	3	18	4	0
Sea Cargo	seacargologistics	7690	23	40	12	4	2	9	68	34	12

5. Diseñar estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la empresa

Trading Solutions Company SAS en el mercado de transporte de carga internacional en Colombia

Como hemos podido observar en el análisis realizado hasta este momento de la organización y su respectiva competencia en el campo digital, sabremos entonces, la importancia que los medios digitales representan en el éxito de una empresa y más aún, una que tiene dentro

de su actividad económica miras hacía fuera de su territorio nacional. Todo esto, con la finalidad de optimizar imagen y conseguir diferencia que mejore el posicionamiento de la marca, traduciéndose en nuevas oportunidades de fidelización de clientes que ya se tengan y atracción de nuevos.

Antes de la implementación de estrategias, se debe tener en cuenta un plan de acción basado en un objetivo estratégico (Tabla 3) que abunde en las tácticas y acciones a llevar a cabo para la ejecución del plan de medios digitales.

Tabla 3. Objetivo Estratégico

Cronograma para planeación de campañas on-line			
Objetivo Estratégico	Estrategia	Táctica	Publico
Aumentar en un 70% el reconocimiento empresarial en el entorno digital (Google y Redes Sociales) de Trading Solutions Company SAS el mercado de Agentes de Carga Internacional en Colombia..	Diseñar una estrategia de Marketing de contenidos en las redes sociales que aumenten el reconocimiento de la empresa Trading Solutions Company SAS	Crear red social de Instagram para la empresa Trading Solutions Company SAS.	Buyer persona
	Mejorar el tráfico de las redes sociales y el sitio web mediante campañas de Social ADS	Crear campañas en Google ADS para la captación de nuevos clientes.	Buyer persona
		Crear campañas en Facebook ADS para la captación de público objetivo.	

5.1 Creación Red Social Instagram

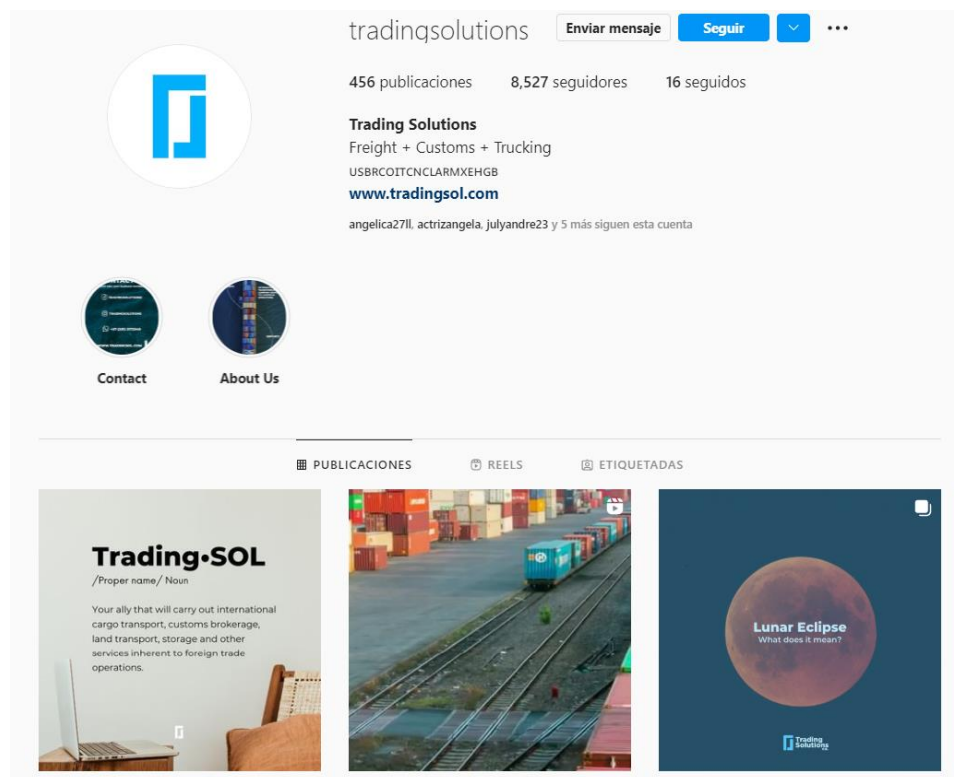
Las redes sociales se han convertido en las principales aliadas de las marcas en todo el mundo. Gracias a ellas, puedes dar a conocer tus productos y servicios a tus clientes; además, les ayudan a recopilar información valiosa sobre sus gustos y preferencias. Instagram está rompiendo

todos los esquemas gracias a su funcionalidad, la cual es muy valorada por sus usuarios. (SURA, 2020)

Una de las ventajas de la red social Instagram son:

- Contar con un perfil de Instagram para empresas.
- Tener una página de empresa que relacionar directo con Facebook.
- Contar con productos disponibles en catálogos en Facebook.
- Tener productos integrados en plataformas como Shopify o BigCommerce.

Figura 14. *Instagram Trading Solutions Co.*



5.2 Creación campaña Google ADS

Otra de las estrategias necesarias para incrementar el posicionamiento de la marca Trading Solutions Company SAS en el mercado a través de medios digitales es la implementación de campañas Google ADS, las cuales sus creadoras definen como *“un programa de publicidad en línea de Google. A través de Google Ads, puede crear anuncios en línea para llegar a las personas en el momento exacto en que se interesan por los productos y servicios que ofrece”* (Google, s.f.)

La ventaja más grande de Google Ads es que los anuncios pueden ser destacados para un público súper segmentado. Es decir, no es simplemente pagar para aparecer más veces. Es invertir en audiencia calificada y, por lo tanto, que esté relacionada con tu negocio. Para implementar esta táctica creamos tres campañas (Figura 11-12) que le permitirá captar público objetivo exacto que demandará los servicios de nuestra compañía.

Figura 15. Campaña Google ADS

Campañas

Personalizado6 ago 2022Mostrar los últimos 30 días

+Y

Estado de la campaña: Todas

Agregar filtro

🔍

☰

📊

📄

📄

📄

📄

⋮

▼

☐	Campaña	Presupuesto	Estado	Nivel de optimización	Tipo de campaña	Impr.	↓ Intera	Porcen interaccio	Costo prom.	Cc
☐	 Somos Expertos en Logística	COP600.00/día COP18,240.00/mes	Detenido	—	Inteligente	0	0	—	—	COP(
☐	 TRADING SOL CAMP	COP500.00/día 	Detenido Estrategia de oferta obtenie	—	Búsqueda	0	0	—	—	COP(
☐	 BRAND TRADINGSOL	COP500.00/día	Detenido	—	Display	0	0	—	—	COP(
☐	 Shipping Company	COP572.00/día COP17,388.80/mes	Detenido	—	Inteligente	0	0	—	—	COP(
Total: Campañas ⓘ				—		0	0	—	—	COP(
☒	Total: Cuenta ⓘ	COP0.00/día		—		0	0	—	—	COP(

1 - 4 de 4

Figura 16. *Anuncios Google ADS*

Grupo de anuncios	Campaña	Estado	CPC má predeterminac	CPM máx.	Tipo de grupo de anuncios	Impr.	↓ Interac	Porcenta Interaccion	Co pro
Grupo TS	TRADING SOL CAMP	Detenido Campaña detenida	—	—	Estándar	0	0	—	
Grupo de anuncios 1	TRADING SOL CAMP	Detenido Campaña detenida, Todos los anuncios se encuentran en proceso de revisión	—	—	Estándar	0	0	—	
Ad group 1	BRAND TRADINGSOL	Detenido Campaña detenida, Todos los anuncios se encuentran en proceso de revisión	—	COP150.00 (visible)	Red de Display	0	0	—	
Total...						0	0	—	
Total...						0	0	—	

5.3 Creación campaña Facebook ADS

Una muy buena estrategia podría haber sido dar a conocer contenido de valor a través de Landing Page, sin embargo, sabemos que realizarlo de forma gratuita y rápido es un poco difícil que tenga el impacto que esperamos de esta estrategia. Por tanto, hemos decidido implementar una estrategia de marketing de contenido, que, si bien es cierto, nos funcionará de mejor forma a largo plazo.

Dicho esto, campañas en Facebook ADS (Figura 13) se convierten en una oportunidad inminente para alcanzar el objetivo de aumentar el reconocimiento de la empresa en el mercado, entre otras razones porque según RD Station afirma que “más de 1800 millones de personas usan Facebook mensualmente. Uno de cada cinco minutos gastados por los americanos en dispositivos móviles son en Facebook o Instagram y 500 millones de usuarios de Instagram usan el aplicativo todos los meses”. (F, 2021)

Figura 17. Campaña Facebook ADS

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there is a search bar labeled 'Buscar y filtrar' and a date range selector set to 'Este mes: 1 ago 2022 - 6 ago 2022'. Below this, there are three tabs: 'Campañas' (selected), 'Conjuntos de anuncios', and 'Anuncios'. Under the 'Campañas' tab, there are buttons for '+ Crear', 'Duplicar', 'Editar', and a menu icon. To the right, there are buttons for 'Columnas', 'Desglose', and 'Informes'. The main table displays a list of campaigns with columns for 'Activo', 'Campaña', 'Entrega', 'Estrategia de puja', and 'Presupuesto'.

	Activo	Campaña	Entrega ↑	Estrategia de puja	Presupuesto
☐	☒	Tráfico TRADING SOL	En borrador	Con estrategia...	Con el presupu...
☐	☒	Cientes Trading Sol	En borrador	Con estrategia...	Con el presupu...
☐	☒	Trading Sol Reconocimiento	En borrador	Con estrategia...	Con el presupu...
Resultados de 3 campañas ⓘ					

Gracias a esta herramienta pudimos segmentar nuestro público objetivo, diseñar los post, historias de acuerdo a nuestras necesidades, todo esto, para garantizar que nuestro plan de medios digitales fuese dirigido a empresas y/o personas que su actividad económica estuviera enfocada en el transporte internacional de productos y/o servicios y en donde, nosotros como agentes de carga internacional pudiéramos brindar una solución en los embudos de su cadena logística.

Resumiendo, algunas ventajas de anunciar en Facebook son:

- Encontrar personas fácilmente: puedes elegir tu público basado en datos demográficos, comportamientos o informaciones de contacto.
- Prender la atención de la audiencia: los formatos de anuncios son atractivos, flexibles y funcionan en todos los dispositivos y velocidades de conexión.
- Analizar resultados: las herramientas de informes de anuncios te muestran como tus anuncios afectaron tu negocio en informes mensuales visuales y fáciles de leer.

(Facebook, s.f.)

6. Conclusiones

De esta forma, podemos concluir que, en primera instancia, gracias al análisis interno de la compañía pudimos determinar que cuenta con una cobertura en todas las áreas de la compañía con conexión directa a través de: Chat de WhatsApp, presencia página web, cotización en línea, Facebook y LinkedIn. Por otro lado, gracias a la cobertura digital actual podemos prever posicionamiento como marca aliada en las redes de comunicación empresariales, lo que llevase consigo un incremento de suscriptores y seguidores en las redes sociales encaminadas al público objetivo de personas que buscan transportes especiales de mercancía.

Sin embargo, podemos añadir también que Trading Solutions Co. tiene ausencia en plataformas como: YouTube, Instagram y Twitter, falta de promoción a través de campañas de Google y Facebook ADS, ausencia de utilización de oficinas virtuales, publicidad en medios de comunicación masivos nacionales e internacionales y metadescripción de su página web. Además, no cuenta actualmente con APK, plataforma digital para nuevos procesos de consolidación en la cadena de logística.

La presencia de Trading Solutions en el campo digital está posicionada como una de las herramientas que toda empresa en la era digital se ve obligada a poseer. El estar presente en una plataforma digital no es sinónimo de ser una extensión de la compañía, ya que no basta con estar en las plataformas sino trabajar en ellas. Trading tiene un campo largo por recorrer en materia digital, ya que el posicionamiento en las redes sociales es bajo, las visitas e interacciones con las plataformas son escasas comparadas con la empresa líder de competencia. Se puede decir a través del diagnóstico, que Trading solutions, si quiere posicionarse como el mejor aliado entre los operadores logísticos, deberá enfocarse en fortalecer e implementar rápidamente una estrategia de

medios digitales que sea robusta para lograr el impacto y recordación como uno de los principales operadores logísticos.

Dentro del estudio, se pudo observar una tendencia de mes a mes particular, ya que para las empresas de carga internacional las interacciones en búsquedas en plataformas se activan después del día diez de cada mes. Se pudo determinar esa tendencia y concuerda con los periodos de alistamiento mensual que hacen las empresas para enviar su mercancía con la necesidad de tener su operador logístico de confianza. Es la oportunidad entonces para Trading Solutions de impactar y direccionar la estrategia de medios digitales dentro de un periodo entre el día cinco y quince de cada mes, como foco fundamental que logre tener impacto fuerte que lo resalte frente a su competencia.

La oportunidad que tiene la empresa frente al mercado digital es inmensa. Si bien es cierto que Trading Solutions no es fuerte en presencia digital, se pudo determinar a través del estudio que la necesidad de implementar una estrategia que posicione a la empresa es urgente. Los estudios demostraron que una sola empresa dentro la competencia es quien tiene clara su presencia en las plataformas digitales y que precisamente esa empresa es la líder en el mercado de operadores logísticos. No es una casualidad que Bermel esté posicionada y a su vez sea el número uno en preferencia, pero también no es casualidad que las demás empresas estén al mismo nivel que Trading, abriendo la posibilidad de ser quien pueda romper la brecha competitiva con Bermel en las plataformas digitales.

Por último, la compañía no es ajena a los mercados y mucho menos a las dinámicas de la competencia. Por lo tanto, si el objetivo está planteado en ser la opción número uno en preferencia como socio de las organizaciones para operar en comercio exterior, tendrá que aperturar rápidamente las campañas en redes sociales, fortalecer su presencia en los motores de búsqueda y

ampliar los canales de interacción de su página web. Dicho lo anterior, será cuestión de tiempo para ver el impacto comercial que las diversas plataformas le pueden dar a Trading para su posicionamiento y su competitividad como operador logístico.

Referencias

- (n.d.). Retrieved from Decreto 285 de 26 de Febrero de 2020:
<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20285%20DEL%2026%20DE%20FEBRERO%20DE%202020.pdf>
- AGN, E. A. (2019). *El Archivo General de la Nación - AGN*. Retrieved from
<https://normativa.archivogeneral.gov.co/ley-527-de-1999/>
- Archivo General de La Nacion Colombia*. (1999). Retrieved from LEY 527 DE 1999:
<https://normativa.archivogeneral.gov.co/ley-527-de-1999/>
- Banco de la República de Colombia. (2016, Octubre 27). *CIRCULAR REGLAMENTARIA EXTERNA – DCIN - 83*. Retrieved from
https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/reglamentacion/archivos/DCIN_83_Anexo3.pdf
- BEMEL*. (n.d.). Retrieved from <https://connectamericas.com/es/company/benavides-melo-sas-bemel>
- CML CARGO*. (n.d.). Retrieved from <https://www.clmcargo.com/es-co>
- Contreras, S. (2016). *V|LEX*. Retrieved from Decreto número 390 de 2016, por el cual se establece la regulación aduanera: <https://vlex.com.co/vid/decreto-numero-390-2016-631227847>
- El Portafolio*. (2021, Diciembre). Retrieved from <https://www.portafolio.co/economia/en-2021-39-de-las-empresas-han-dejado-de-vender-fuera-554077>
- F, M. (2021, Octubre 29). *RD Station*. Retrieved from Facebook Ads: la guía completa para hacer publicidad en Facebook y acelerar tus resultados:
<https://www.rdstation.com/es/blog/facebook-ads/>
- Facebook*. (n.d.). Retrieved from <https://www.facebook.com/business/goals/build-awareness>

- Formate.* (2021). Retrieved from Medios digitales para empresas: Importancia: <https://www.formate.es/blog/noticias/medios-digitales/#:~:text=Los%20medios%20digitales%2C%20son%20aquellos,clientes%20potenciales%20y%20establecer%20v%C3%ADnculos>.
- Google.* (n.d.). Retrieved from Google ADS: <https://support.google.com/google-ads/answer/6319?hl=es-419>
- Kitonyi, N.* (2017, Marzo 14). *Gurufocus*. Retrieved from UK Online Shopping and E-Commerce Statistics for 2017: <https://www.gurufocus.com/news/492058/uk-online-shopping-and-ecommerce-statistics-for-2017>
- Legiscomex.* (n.d.). *Legiscomex.com.* Retrieved from <https://www.legiscomex.com/Documentos/acuerdos-marco-omc-comercio-servicios>
- Legiscomex.com.* (2019). *Legiscomex.* Retrieved from <https://www.legiscomex.com/Documentos/acuerdos-marco-omc-comercio-servicios>
- Magnum Logistics.* (n.d.). Retrieved from <https://www.magnum.com.co/>
- Miao, L. L.* (November 8-12). A specification based approach to testing polymorphic attributes. *Formal Methods and Software Engineering: Proceedings of the 6th International Conference on Formal Engineering Methods, ICFEM 2004*. Seattle, WA, USA,.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo.* (2020, Febrero 26). Retrieved from <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20285%20DEL%206%20DE%20FEBRERO%20DE%202020.pdf>
- normativa, s. u.* (2020, 02 26). Retrieved from [https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/30038851#:~:text=DECRETO%20285%20DE%202020&text=\(febrero%2026\)-](https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/30038851#:~:text=DECRETO%20285%20DE%202020&text=(febrero%2026)-)

,por%20el%20cual%20se%20establecen%20las%20disposiciones%20que%20rigen%20los,2099%20y%202100%20de%202008.

Online Marketing Dream. (2018, Febrero 14). Retrieved from Indicadores Clave de Rendimiento SEO: <https://www.omdream.com/indicadores-clave-de-rendimiento-seo/>

PY+, E. e. (2015). *Pymas*. Retrieved from DESCUBRA LA HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO: <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/mundo-pyme/infografia-evolucion-comercio-electronico>

SEA CARGO. (n.d.). Retrieved from <https://seacargo.com/nosotros/>

Sole, A. C. (2006). *Instrumentación Industrial*. Mexico: Alfaomega.

SURA. (2020, Septiembre 25). Retrieved from <https://segurossura.com/pa/blog/empresas/la-importancia-de-instagram-para-las-empresas/#:~:text=Las%20redes%20sociales%20se%20han,sobre%20sus%20gustos%20y%20preferencias>.

Trading Solutions.com. (n.d.). Retrieved from Nuestra Compañía: <https://tradingsol.com/nuestra-compania/>

vlex. (n.d.). *Información jurídica, tributaria y empresarial*. Retrieved from <https://vlex.com.co/vid/decreto-numero-390-2016-631227847>

Wigner, E. P. (2005). Theory of traveling wave optical laser . *Phys. Rev.*, 134, A635-A646.

ZULUAGA, L. M. (2020). *COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA: UN MERCADO PIONERO AMENAZADO POR LOS GIGANTES DEL E-COMMERCE* . Retrieved from Repository Unijaveriana: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/47241/Trabajo%20de%20Grado%20FINAL%20CORREGIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>