

Propuesta De Un Plan De Marketing Digital Para La Empresa Transcointer En La Ciudad De Bucaramanga.

Angie Nathalia Suarez Acuña

Jorge Luís Bejarano Martínez

Administración de Negocios Internacionales
Escuela de Economía y Administración y Negocios
Universidad Pontificia Bolivariana
Septiembre 10, 2021

Tabla de contenido

1.	Introducción	4
2.	Caracterización de la empresa.....	4
3.	Planteamiento del problema.	9
4.	Formulación.....	9
5.	Justificación	11
6.	Objetivos	12
7.	Alcance	12
8.	Marcos de referencia.	13
9.	Metodología.	17
10.	Actividades.....	18
11.	Artículos.....	20
12.	Conclusión	33



RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: Propuesta De Un Plan De Marketing Digital Para La Empresa Transcointer En La Ciudad De Bucaramanga.

AUTOR(ES): Angie Nathalia Suarez Acuña

PROGRAMA: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR(A): Jorge Luis Bejarano Martinez

RESUMEN

El marketing digital en la actualidad ha revolucionado el mundo de los negocios gracias a la facilidad del uso de herramientas digitales, la facultad de establecer comunicación de forma directa y efectiva con los consumidores. " Ya no es necesario salir de casa para visitar un médico, hacer largas filas para ir al mercado o tomar un autobús para comprar un par de zapatos". (Hernandez, s.f.) Las personas son quienes ahora deciden qué ver y cuándo hacerlo. Es por este motivo que la forma tradicional de atraer clientes es utilizando mensajes sin mejora o cambios que con la innovación esos métodos tradicionales han quedado atrás. Un marketing interactivo y educativo que atraiga a los clientes de forma masiva, es la tarea principal de esta estrategia. Solo se necesita una página web con una excelente experiencia de usuario singular, una eficiente estrategia para las redes sociales, generar campañas atractivas tales como los webinars, estrategias de posicionamiento orgánico (SEO), la gestión de los enlaces impulsados en los motores de búsqueda (SEM) y no volver a gastar tanto dinero en publicidad tradicional. El Marketing digital produce mayores ventas, reconocimiento y posicionamiento de marca que usar métodos tradicionales.

PALABRAS CLAVE:

Marketing digital

Vº Bº DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Proposal for a Digital Marketing Plan for the Transcointer Company in the City of Bucaramanga.

AUTHOR(S): Angie Nathalia Suarez Acuña

FACULTY: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR: Jorge Luis Bejarano Martinez

ABSTRACT

Digital marketing today has revolutionized the world of business thanks to the ease of use of digital tools, the ability to establish direct and effective communication with consumers." It is no longer necessary to leave home to visit a doctor, long lines to go to the market or take a bus to buy a pair of shoes". (Hernandez, s.f.) People are now deciding what to see and when to do it. It is for this reason that the traditional way to attract customers is to use messages without improvement or changes that with innovation those traditional methods have been left behind. Interactive and educational marketing that attracts customers in a massive way is the main task of this strategy. You only need a website with a unique excellent user experience, an efficient strategy for social networks, generate attractive campaigns such as webinars, organic positioning strategies (SEO), the management of search engine driven links (SEM) and do not re-spend so much money on traditional advertising. Digital Marketing produces greater sales, recognition and brand positioning than using traditional methods.

KEYWORDS:

Digital marketing



V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

1. Introducción.

El marketing digital en la actualidad ha revolucionado el mundo de los negocios gracias a la facilidad del uso de herramientas digitales, la facultad de establecer comunicación de forma directa y efectiva con los consumidores.” Ya no es necesario salir de casa para visitar un médico, hacer largas filas para ir al mercado o tomar un autobús para comprar un par de zapatos”.

(Hernandez, s.f.)

Las personas son quienes ahora deciden qué ver y cuándo hacerlo. Es por este motivo que la forma tradicional de atraer clientes es utilizando mensajes sin mejora o cambios que con la innovación esos métodos tradicionales han quedado atrás. Un marketing interactivo y educativo que atraiga a los clientes de forma masiva, es la tarea principal de esta estrategia.

Solo se necesita una página web con una excelente experiencia de usuario singular, una eficiente estrategia para las redes sociales, generar campañas atractivas tales como los webinars, estrategias de posicionamiento orgánico (SEO), la gestión de los enlaces impulsados en los motores de búsqueda (SEM) y no volver a gastar tanto dinero en publicidad tradicional. El Marketing digital produce mayores ventas, reconocimiento y posicionamiento de marca que usar métodos tradicionales.

2. Caracterización de la empresa.

2.1 Sector: Logística.

2.2 Ubicación: Ciudad de Bucaramanga – Santander.

Calle 201A # 25-05, Floridablanca, Santander – Colombia.

Teléfono: 318 282 4399

Email: contacto@transcointer.com

2.3 Clientes Potenciales: Todas las personas y empresas que deseen asesorías de comercio exterior, importar y/o exportar productos desde Colombia a cualquier punto del mundo.

2.4 Reseña Histórica

Transcointer S.A.S nació en Bucaramanga el 1 de noviembre de 1994 bajo el nombre de Transinter Representaciones, con el fin de brindar apoyo y asesoría al exportador santandereano y actuar como intermediario en el manejo y despacho de mercancías de exportación e importaciones con el aval de importantes multinacionales. En nuestro afán de mejoramiento continuo, hemos constituido importantes alianzas estratégicas que nos permiten acompañarlos a lo largo de toda la cadena logística con nuestra asesoría y facilitando el transporte de mercancías en forma rápida y segura desde origen a destino. Una empresa creada para servir como intermediario en el transporte de mercancías a nivel nacional e internacional, y asesorando a nuestros clientes en comercio exterior y trámites aduaneros. Adicionalmente, venimos generando nuevos productos y servicios que nos permiten optimizar los recursos de nuestros clientes, lo cual les significa ahorro en dinero y tiempo. (Transcointer, s.f.)

2.5 Misión

Somos una empresa de soluciones logísticas que apoyamos y asesoramos al exportador e importador en su proceso de internacionalización garantizando el éxito de sus negociaciones internacionales, defendiendo con equidad, justicia y honestidad sus intereses, poniendo a su alcance las soluciones logísticas más convenientes para el negocio en cuanto a la infraestructura,

tiempos y economía reunidos en una sola frase “representar y defender los intereses de nuestros clientes” (Transcointer, s.f.)

2.6 Visión

En el 2022 Transcointer S.A.S será la empresa líder de logística internacional del departamento de Santander, siendo reconocida por su labor integral, honorable y eficaz por los grandes gremios de metalmecánica, agricultura y manufactura. (Transcointer, s.f.)

2.7 Valores Institucionales

- 2.7.1 Respeto:** Por la vida, favoreciendo un buen ambiente de trabajo cordial y amable reconociendo y aceptando los derechos y diferencias de las demás personas, brindando un trato considerado y cortés principalmente a nuestros usuarios.
- 2.7.2 Lealtad:** Trabajar día a día demostrando un alto sentido de pertenencia y compromiso hacia el centro, uniendo esfuerzos para el cumplimiento de metas, objetivos, defendiendo el nombre del centro y actuando siempre con transparencia y sinceridad siendo leales hacia las normas y valores institucionales.
- 2.7.3 Honestidad:** Actuar con la verdad en todos y cada una de las actividades hacia nuestros usuarios, familia y comunidad en general, imprimiendo un sentido de confianza, fiabilidad y transparencia en nuestro trabajo.
- 2.7.4 Solidaridad:** Nuestros empleados son solidarios con las necesidades particulares de las personas con necesidades especiales sin importar raza, sexo, edad, credo; imponiendo siempre el deseo de ayudar y responder con rectitud a las necesidades de la población.
- 2.7.5 Trabajo en equipo:** Trabajar en equipo implica compromiso, liderazgo, armonía, responsabilidad, creatividad, voluntad, organización y cooperación en cada una de sus

miembros, los cuales tendrán una mentalidad abierta y dinámica alineada con la misión y visión del centro. (Transcointer, s.f.)

2.8 Ventajas competitivas

SU MEJOR OPCIÓN

Transcointer tiene el respaldo de la agencia de aduanas Granandina Ltda. Nivel 1 y Agem Aduana Nivel 2, sus representantes a nivel nacional quienes dan su aporte en materia de aduana, con oficinas propias en todo el territorio nacional (Cartagena, barranquilla, santa marta, Maicao, Medellín, Cali, buenaventura, Pereira, Ipiales, Cúcuta y Bogotá) certificados con la norma ISO y BASC. El referido de sus clientes a quienes han atendido a lo largo de más de 20 años de trabajo continuo con honestidad, seriedad, equidad, justicia, confidencialidad, seriedad y cumplimiento confirman el desarrollo de una gestión integral en la logística de transporte internacional. Todo lo anterior les permite escoger a ustedes la mejor y más rentable solución en materia de transporte de carga internacional, servicio de aduana confiable y seguro. (Transcointer, s.f.)

2.9 Nuestros servicios.

- ✓ Asesoría Integral En Comercio Internacional:
- ✓ Préstamos a las empresas una asesoría integral, permanente, técnica y legal en todo lo relacionado con operaciones de comercio internacional.
- ✓ Servicio de intermediación aduanera en importaciones, exportaciones, tránsito aduanero y regímenes especiales:
- ✓ Transcointer S.A.S sirve a su empresa como entidad intermediaria para el desarrollo de sus operaciones de comercio exterior facilitando trámites aduaneros, cumpliendo con sus entregas en los tiempos estipulados.

2.9.1 Transporte Internacional De Carga Aérea, Marítima, Terrestre Y Multimodal:

Como compañía de transporte internacional, asesoramos y coordinamos la contratación del transporte internacional, ofreciendo varias alternativas como diferentes Aerolíneas, tarifas, tiempos de entrega.

2.9.2 Apoyo En El Cumplimiento De La Reglamentación Colombiana Y De Otros Países Para El Ingreso Y Salida De Mercancías Empaques Y Bodegaje:

Nuestro sistema integra toda la información requerida para la entrada y salida de sus productos, el embalaje de estos difiriendo de su naturaleza, origen y el almacenamiento más apropiado de acuerdo a la naturaleza del producto, normatividad, peso, tamaño.

2.9.3 Courier Internacional:

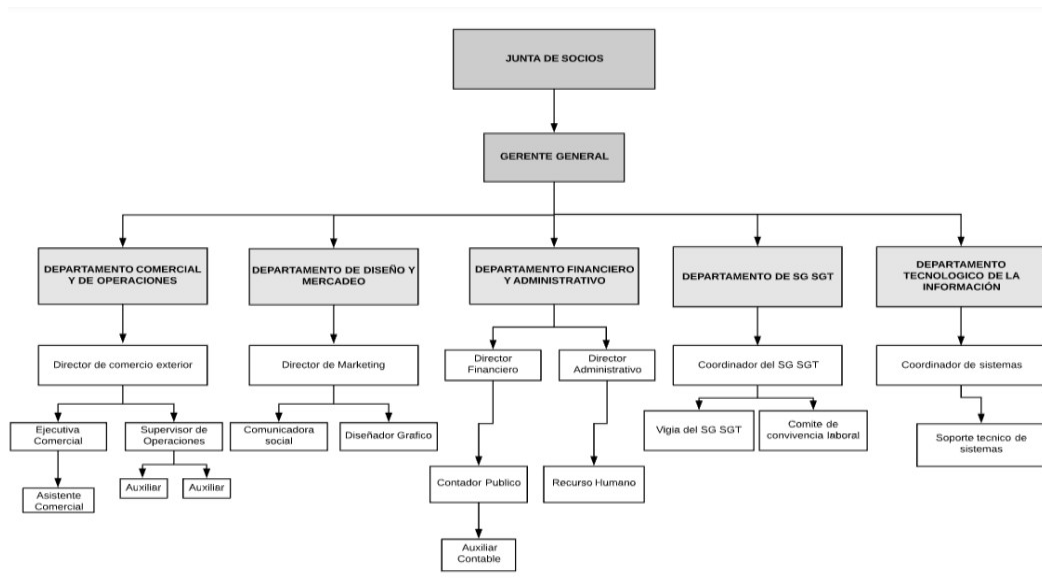
Somos una compañía que ofrece el servicio de courier internacional, contamos con excelentes aliados que nos permite brindar un servicio integral a cada uno de ustedes. Recogemos desde el lugar que el cliente lo indica y llevamos hasta el destino final.

(Transcointer, s.f.)

2.10 Organigrama.

Ilustración 1

Organigrama de la Empresa Transcointer.



Fuente: Transcointer.

3. Planteamiento del problema.

Creación de estrategias de marketing digital basado en el uso de herramientas digitales y redes sociales que le permita a la empresa Transcointer mejorar la captación y mantenimiento de clientes.

4. Formulación.

Transcointer S.A.S., es una micro empresa con más de 27 años en el mercado, ubicada en el departamento de Santander con su sede principal en Floridablanca. Es una operadora logística internacional con operaciones a nivel nacional e internacional.

Cuenta con un amplio portafolio especializado en operaciones logísticas y a pesar de ser una empresa con una amplia trayectoria y experiencia en las operaciones, no contaba con el mejoramiento de un objetivo estratégico relacionado con la implementación de un plan de Marketing Digital.

Debido a este factor se genera una falencia relevante en los objetivos que se desean alcanzar, actualmente por efectos del Covid-19 se desarrollaron nuevas tecnologías, todo se mueve con base en lo digital; esto significa que las estrategias que desarrollen las empresas para poder crecer, consolidarse y mantenerse en el mercado deberán diseñarse principalmente en el uso de nuevas tecnologías, las cuales van relacionadas directamente con la obtención de nuevos clientes y el mantenimiento de los mismo ya que para cualquier organización es importante mantener en constante contacto y una interacción directa con los clientes.

De este modo es posible conocer el mercado, sus tendencias, identificar las necesidades de los clientes, resolver y atender de manera oportuna cualquier tipo de inconveniente o requerimiento para así identificar los cambios en el comportamiento de los mismos.

Transcointer, tenía canales de comunicación convencionales con sus clientes, lo cual representa una desventaja para la organización pues en medio de las nuevas tecnologías de comunicación es de gran importancia y necesario el uso de herramientas digitales tales como las redes sociales y páginas web que garantice un canal de comunicación directo y efectivo con los clientes.

El marketing digital es de gran importancia en la actualidad debido a los cambios que trajo en la economía la pandemia, tanto que, ingresamos a una nueva era digital. La tecnología ha cambiado casi todo, incluso al consumidor y sus necesidades.

En base a todo lo mencionado anteriormente, es indispensable presentar un plan de marketing para la empresa Transcointer, que le permita a través de herramientas digitales como las redes sociales, la página web y otras aplicaciones, interactuar de forma directa con sus

clientes, fortaleciendo la relación con éstos manteniéndolos informados en el portafolio de servicios que ofrece, sino que también atendiendo sus solicitudes, inquietudes o reclamos.

5. Justificación.

La logística a nivel internacional se ha convertido en uno de los pilares fundamentales de toda empresa. Constantemente los esfuerzos se centran en asegurar que los productos lleguen al consumidor de forma más efectiva.

Para lograr una efectiva comunicación con los clientes, las empresas han ido integrando poco a poco estrategias digitales que les permitan posicionar mejor sus productos y servicios.

Santander y todo el país, el sector de operaciones logísticas internacionales presenta actualmente un mejoramiento de oferta, demanda y competencia post pandemia. El alto número de pymes que hay actualmente en el país, demandan transporte nacional e internacional de forma versátil y eficiente que garanticen la movilización de sus mercancías con un alto desempeño, a bajos costos y con un buen nivel de servicio. Teniendo en cuenta lo anterior, es indispensable diseñar un plan de marketing digital que le permita a Transcointer, adquirir una ventaja competitiva frente a las demás empresas de transporte de carga del sector.

Este proyecto es de gran importancia para la empresa, visto que la competitividad en este sector aumenta continuamente, por este motivo, Transcointer con el diseño estratégico del plan de marketing digital, le dará la posibilidad de posicionarse en el mercado y así, fidelizar los clientes. Esta práctica se denomina Marketing Digital, y actualmente es un tema muy relevante en el campo de los negocios internacionales.

Desde el punto de vista, como administradora de negocios internacionales, enfocamos la puesta en práctica de todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, quedando en apoyo para futuros estudiantes.

6. Objetivos.

6.1 Objetivos generales.

Diseñar una propuesta de marketing digital con el propósito de obtener y mantener un mayor número de clientes potenciales para la empresa Transcointer de la ciudad de Bucaramanga en el año 2021.

6.2 Objetivos específicos.

- ❖ Realizar un diagnóstico de las estrategias de Marketing que utiliza la empresa en la actualidad.
- ❖ Trazar la propuesta del plan de marketing digital con el fin de aumentar la rentabilidad, la fidelización de los clientes y el crecimiento de las relaciones comerciales de la organización.
- ❖ Diseño de las estrategias de marketing digital que incluyen un plan de acción y control de objetivos durante el 2021.
- ❖ Definir los tipos de herramientas de Marketing Digital que permitan fortalecer la fidelización de los clientes y el posicionamiento de marca.
- ❖ Identificar, investigar y redactar temas para la publicación en la página web de uno o más artículos relacionados con comercio exterior de temas actuales.

7. Alcance.

El presente proyecto contempla todas las herramientas empleadas y necesarias para el cumplimiento y desarrollo de las actividades designadas, evidenciando la mejor solución de marketing digital para la captación de clientes.

Así pues, lograr implementar los objetivos en los 6 meses estipulados de prácticas universitarias y que se cumplan sus objetivos.

8. Marcos de referencia.

8.1 Marco conceptual.

8.1.1 Cliente: Es el elemento más importante, ya que es el objetivo final de las acciones que la empresa hace para la captación y fidelización de estos mismos. Es un error pensar que se puede abastecer a todo un mercado determinado, pues ellos presuponen que la nueva compañía tiene un gran volumen de ventas y además que el mercado es muy sensible a los precios. (Rivera Camino & de Garcillán López-Rua, 2012)

8.1.2 Publicidad: Es una forma de comunicación utilizada por el marketing como instrumento de promoción. Es una forma de comunicación unilateral esencialmente en la que un emisor identificado (anunciante) dirige su mensaje de una forma simultánea a un gran número de receptores anónimos con el objetivo de modificar su comportamiento de compra. (Rivera Camino & de Garcillán López-Rua, 2012)

8.1.3 Competencia: Todas las empresas deben considerar el ambiente competitivo en el que se desarrollan sus planes de marketing, porque en este componente se integran todas las empresas que pueden impedir sus acciones para satisfacer al mercado. (Rivera Camino & de Garcillán López-Rua, 2012)

8.1.4 Logística: Para Ferrel, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, la logística es “una función operativa importante que comprende todas las actividades necesarias para la

obtención y administración de materias primas y componentes, así como el manejo de los productos terminados, su empaque y su distribución a los clientes”. (Logística, s.f.)

8.1.5 Transporte de carga: De acuerdo con la revista Transporte De Carga EPITS, El servicio de transporte de carga cumple la función de transportar de un lugar a otro una determinada mercadería. Este servicio forma parte de toda una cadena logística, la cual se encarga de colocar uno o varios productos en el momento y lugar de destino indicado. El transporte de carga forma parte de la cadena de distribución, ya que cumple con el transporte de los productos a un determinado costo (el cual es conocido como flete). Este traslado se realiza desde el punto de partida hacia el destino final de la mercadería, sin embargo, la carga durante este trayecto pasará por lugares de embarque, almacenaje y desembarque. (serviciosdepits, DEFINICIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA, 2011)

8.1.6 Estrategia SEO: significa, Search Engine Optimization (Optimización para motores de búsqueda). Se trata del conjunto de estrategias y técnicas de optimización que se hacen en una página web para que aparezca orgánicamente en buscadores de Internet como Google, Yahoo o Youtube. La correcta aplicación del SEO puede causar incrementos expresivos en el tráfico y la visibilidad de las marcas en Internet. (Mousinho, 2020)

8.1.7 Estrategia SEM: Significa, Search Engine Marketing (Marketing de motores de búsqueda) es un conjunto de estrategias para aumentar la autoridad de los canales digitales de una empresa en los buscadores, integrando anuncios de publicidad online a las acciones de posicionamiento orgánico. (Mousinho, 2020)

8.1.8 Landing Page: Una landing page, también conocida como página de destino, es una página web que sirve para convertir al visitante en lead por medio de un llamado a la acción (CTA). Puede incluir un formulario y otras formas de captación, de acuerdo con su objetivo particular.

Además, va dirigida a un público específico que debes conocer con anticipación. Su fuerza radica en que le hables a la audiencia por medio de contenidos de valor para convertirlos en leads. (Sordo, 2021)

8.2 Marco teórico.

8.2.1 Marketing: Philip Kotler asegura que, "El Marketing es la técnica de administración empresarial que permite anticipar la estructura de la demanda del mercado elegido, para concebir, promocionar y distribuir los productos y/o servicios que la satisfagan y/o estimulen, maximizando al mismo tiempo las utilidades de la empresa".

"El Marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes".

El apogeo del marketing digital, según Philip Kloter ser "Digital" es mucho más que ser una empresa en redes sociales o en internet, es aprovechar los medios de digitales y hacer uso de las herramientas que estas nos ofrecen. (Philip Kotler, 2017)

8.2.2 Marketing Digital:

El rápido y avanzado desarrollo tecnológico ha ocasionado una revolución digital. La evolución y constante cambio en las computadoras, los sistemas de comunicación, el transporte,

las redes sociales y otros factores tecnológicos han cambiado la forma en cómo las empresas se conectan con sus clientes generando así un valor agregado y obteniendo una ventaja competitiva.

Estas mejoras han permitido a los empresarios conocer de mejor forma a sus clientes, sabiendo así lo que demandan y de esta manera crear productos y servicios adaptados a las necesidades de los clientes y del mercado en general. De igual forma, las nuevas tecnologías les permiten a las empresas mejorar los canales de comunicación con sus clientes y disminuir los tiempos de entrega de sus productos o servicios.

Los canales o estrategias de comunicación más importantes en la aplicación del marketing digital son:

8.2.2.1 Páginas Web: Es una de las herramientas de marketing digital más usadas por las empresas. Algunos de estos ejemplos podrían ser tales como: Sitio web, Blog, Páginas de captura y de venta.

8.2.2.2 Redes Sociales: Estas aplicaciones son las que más han generado mayor interacción con los clientes: Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, LinkedIn y YouTube.

8.2.2.3 Mailing o EmailMarketing: Esta estrategia permite enviar correos de campañas publicitarias a destinatarios específicos que están interesados en el servicio que la empresa ofrezca.

8.2.2.4 Redes Sociales SEO-SEM y sitio web: Son tácticas muy importantes en la edificación de estrategias digitales, el principal objetivo de la herramienta **SEO** es la mejora del posicionamiento del sitio web dentro de los mecanismos de búsqueda como lo es Google, a través de distintas estrategias que tienen como objetivo principal dejar la web en el primer lugar de búsqueda.

8.2.2.5 SEM también tiene mucha similitud gracias a que está relacionado con palabras claves y links que permiten dar información de la marca en los distintos buscadores de internet. (Kotler)

9. Metodología.

Se emplea el método de investigación y el enfoque exploratorio y cualitativo que se abordaron en el proyecto y así estandarizar las actividades a realizar, aportando herramientas que faciliten la toma de decisiones.

9.1 Tipo de investigación: Este proyecto tiene como objetivo la acotación de los hechos que conforman el problema de investigación, por esta razón es posible establecer cuáles son las características demográficas, identificar la forma de conducta y actitudes de los clientes potenciales, definir comportamientos concretos y comprobar la posible asociación de las variables de investigación a los estudios realizados para la recolección de información.

9.2 Metodología para el plan de marketing: La propuesta de un plan marketing digital para la empresa Transcointer de la ciudad de Bucaramanga fue diseñada con el objetivo principal de que por medio del uso de herramientas como Internet y las redes sociales aumente la comercialización de su servicio. En el mercado local, nacional e internacional desde el beneficio de sus ventajas competitivas.

La empresa no contaba con procesos de marketing digital estructurados que facilitarían gestionar el mercado y la relación con su público interno y externo, desde la gerencia se lideran de acciones de marketing con alto nivel de espontaneidad y empirismo.

10. Actividades.

Las dinámicas de trabajo en equipo ayudan a mejorar el ambiente de trabajo y aumentar la confianza entre los empleados. Todo ello produce una mayor productividad y satisfacción laboral.

Gracias a las habilidades demostradas, la empresa Transcointer decidió inicialmente asignar el cargo de auxiliar de marketing digital y gracias al esfuerzo, dedicación y compromiso con la empresa al transcurrir pocos meses se asignó el puesto de coordinadora de marketing digital, el cual se asumió con gran entusiasmo y agradecimiento por la oportunidad que brindaron de demostrar aún más las habilidades adquiridas en el área, por tal motivo, previamente antes de culminar las practicas universitarias se capacito a una nueva practicante quien ocuparía el cargo de coordinadora de marketing posteriormente, durante dicha capacitación se trabajó de la mano con gran compañerismo siendo así un excelente equipo de trabajo, adicionalmente para facilitar y mejorar el sistema de trabajo, se implementó un cronograma de actividades el cual fue de gran utilidad y lo sigue siendo para las personas que actualmente trabajan en el canal de marketing digital de la empresa Transcointer, este cronograma diseñado consta de las actividades a realizar diarias, semanal y mensualmente, creando así las piezas gráficas, campañas publicitarias y el resto de actividades con una semana de anticipación.

Adicionalmente y gracias a los conocimientos que se adquirieron con la empresa se realizó la investigación de dos artículos que se redactaron como elaboración propia de la practicante encargada del área de marketing y fueron exitosamente publicados en la página web de Transcointer, gracias a este gran desempeño laboral, como empresa se logró un posicionamiento SEO orgánico a uno de los artículos como la búsqueda número 1 en google el cual fue “6 recomendaciones para realizar un courier con éxito”.

Así mismo y por medio de las capacitaciones que la empresa otorgo a la practicante, se participó en la creación de las campañas “TranscointerAcademy” y “AprendeConTranscointer” para la promoción de webinars y videos en vivo por medio de las redes sociales de la empresariales, lo cual permitió representar la empresa en eventos de gran importancia.

10.1 Estas fueron las actividades que se cumplieron en el plazo de 6 meses como auxiliar y coordinadora de marketing digital:

- ✓ Diseñar y ejecutar campañas publicitarias, comerciales y estratégicas que mejoren el posicionamiento de la marca Transcointer.
- ✓ Desarrollar conceptos e innovaciones gráficas para comunicar ideas, mensajes y elementos que comuniquen la marca Transcointer.
- ✓ Planificar estrategias de medios publicitarios y contenidos de valor en los diferentes canales de comunicación de la empresa.
- ✓ Apoyo en el diseño y ejecución de campañas publicitarias que mejoren la tasa de respuesta e interés de posibles clientes en los servicios de la empresa.
- ✓ Generar e implementar estrategias de fidelización de clientes.
- ✓ Desarrollar investigaciones de mercados a nivel nacional e internacional.
- ✓ Apoyo, reconocimiento y mejora del diseño web que requiera la página www.transcointer.com.
- ✓ Diseñar e implementar estrategias y campañas publicitarias que mejoren el tráfico de la página web a través del Marketing en Motores Búsqueda (SEM).
- ✓ Mejorar el Posicionamiento de la página web en los Motores de Búsqueda (SEO).
- ✓ Apoyo administrativo al área de Marketing y Comercial, en caso de requerirse.
- ✓ Investigar y redactar como mínimo un artículo relacionado al comercio exterior.

11. Artículos.

11.1 6 recomendaciones para realizar un Courier con éxito

Lo que tienes que saber antes de hacer un envío internacional.

El auge del comercio electrónico y la constante expansión internacional de las empresas, ha generado la necesidad de contar con un excelente desarrollo logístico para realizar envíos y compras internacionales. Por esta razón nace la modalidad de **Courier**, que permite realizar envíos de pocas cantidades y en poco tiempo.

Ilustración 2



Fuente: Transcointer

Por eso, te damos **6 recomendaciones para que realices un Courier con éxito:**

Ilustración 3

RECOMENDACIONES para realizar un Courier con éxito.



- ## 1 No vendas mercancías que no tengan autorización internacional.

Existen algunos productos que al enviarse podrían ser confiscados, tales como:

 - Sustancias psicoactivas.
 - Armas de fuego.
 - Bebidas alcohólicas.
 - Gasolina o aceites.
- ## 2 Evalúa los gastos de envío para evitar inconvenientes.

Define y comunica de forma clara a tu cliente cuáles son tus condiciones y políticas de envío.

 - Gastos de envío.
 - Costo del producto.
 - Embalaje.
 - Impuestos y aduanas.
- ## 3 Realiza el embalaje de tu mercancía de forma correcta.

Empaca tus envíos de forma segura teniendo en cuenta las directrices internacionales. Te recomendamos:

 - Utilizar cajas de cartón adecuadas al producto.
 - Proteger tu producto con burbujas de plástico.
 - Usar cinta adhesiva extra.
- ## 4 Indica correctamente las direcciones de envío.

 - Nombre del País y ciudad
 - Dirección del envío
 - Embalaje
 - Impuestos y aduanas
- ## 5 No incurras en sobrecostos. Asegura siempre tus paquetes.

Ningún envío está exento de tener daño o pérdida, por ello es necesario asegurar la mercancía.
- ## 6 Declara correctamente la mercancía.

Las autoridades competentes pueden sancionar los envíos con una liquidación de impuestos o una multa en caso de encontrar inconsistencias.

El peso, el valor y las cantidades están sujetas a la normativa exigida en el país destino.

 transcointer

Fuente: Transcointer

No vendas mercancías que no tengan autorización internacional de envío.

Existen algunos productos que al enviarse podrían ser confiscados o aprehendidos si no cumplen con los requisitos exigidos por la autoridad aduanera, lo que provocaría una pérdida económica y un cliente insatisfecho.

Los siguientes productos se encuentran clasificados entre los **NO recomendados** para enviar en modalidad de Courier:

- Aerosoles.
- Sustancias psicoactivas.
- Armas de fuego.
- Animales vivos.
- Imanes.
- Bebidas alcohólicas.
- Baterías dañadas.
- Cigarrillos.
- Diamantes en bruto.
- Productos perecederos.
- Billetes de lotería.
- Gasolina o aceite.
- Máscaras de gas.
- Esmaltes de uñas.
- Extintores de incendios.
- Perfumes.
- Mecheros.
- Venenos.

Evalúa de manera minuciosa los gastos de envío para así evitar gastos y pérdidas extra.

Cuando hayas definido los productos que enviamos y el destino, **comunica de forma clara a tu cliente cuáles son los términos, condiciones y políticas de envío**, antes de que realice la compra. De esta manera logras generar confiabilidad en la operación y evitar contratiempos.

Algunos de los **costos a tener en cuenta para tu envío** son:

- Costo del producto.
- Embalaje.
- Gastos de envío.
- Gastos de manipulación de la mercancía.
- Impuestos y aduanas.
- Precio total, entre otros.

Realiza el embalaje de tu mercancía de manera correcta.

Empaca la mercancía que vas a enviar de forma segura teniendo en cuenta las directrices que establecen los envíos internacionales. Aquí te damos unos **tips de cómo hacer un correcto embalaje**:

- Usa cajas de cartón adecuadas al tamaño de tu producto.
- Rellena las cajas con burbujas de plástico o poliéster.
- Evita el uso de papel periódico ya que está prohibido en algunos países.

- Sella tus paquetes con cinta adhesiva y utiliza cinta extra en las esquinas de la caja.
- No utilices cordeles o cuerdas para sellar las cajas.

Ilustración 4



Fuente: Transcointer

Indica correctamente las direcciones de envío.

Ten en cuenta que **las formas de las direcciones no son iguales en todos los países**. En algunos países no se cuenta con código postal, nombre de la calle o incluso número de puerta.

A continuación, te ofrecemos una serie de recomendaciones para indicar la dirección correcta:

- Nombre del destinatario.
- Número de teléfono de la persona que recibe el envío.
- Nombre del país destino (escríbelo en Mayúscula y en inglés).
- Nombre de la localidad del destinatario (escríbelo en Mayúscula y en inglés).

- Código postal (si aplica).
- Dirección exacta del destino.
- Nombre de la calle con el número de puerta, portal, escalera, número de apartado de correos, entre otros.

Asegura siempre tus paquetes.

Ningún envío de carácter nacional o internacional está exento de sufrir algún tipo de daño o pérdida, lo cual puede ser perjudicial para nosotros y nuestros clientes. Por tal motivo es necesario asegurar la mercancía, especialmente si se trata de productos con un alto valor. Desde **Transcointer**, nos comprometemos con nuestros clientes en ofrecerles un seguro que se adapte a sus necesidades de forma fácil, segura y asequible.

Declara correctamente la mercancía.

Es importante que **al momento de declarar tu mercancía no omitas información de ningún producto** ya que esto puede generar sanción por parte de la autoridad aduanera.

Dependiendo de la gravedad de la omisión, la multa puede llegar a ser de hasta USD \$200.000.

La normatividad exige que:

Ilustración 5

EN COMPRA

No más de 50 kg ni 2000 USD. Las unidades por producto están sujetas a validación.

EN VENTA

El peso, valor y las cantidades están sujetas a la normativa exigida en el país destino.

Fuente: Transcointer

Ten en cuenta que **en compras internacionales** no puedes exceder los límites de unidades exigidas por la autoridad aduanera (las cuales varían según las características del producto).

Ten presente esta información la próxima vez que vayas a realizar un Courier. Si te gustó esta entrada, **compártela** con alguien más a quien le pueda interesar.

Sabemos que para crecer, necesitas un aliado logístico que le aporte valor a tu empresa, por eso te invitamos a revisar las **soluciones logísticas** que Transcointer tiene para ti.

Escrito por: (Suarez Acuña)

11.2 Plan Vallejo Exprés

Recuerda que... El sistema Especial de Exportación – Importación “**Plan Vallejo**” permite a los empresarios colombianos importar los insumos y maquinaria necesarios para su producción con suspensión en tributos aduaneros, a cambio de exportar todo lo producido.

Ilustración 6



Fuente: Transcointer

Ante la difícil situación del comercio internacional generada por la pandemia durante los últimos meses, el gobierno colombiano puso en marcha un nuevo sistema que tiene como propósito la **reactivación económica del país**.

Mediante el **decreto 1371 del 19 de octubre del 2020**, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) emitió una serie de cambios para promover las exportaciones de bienes y servicios no minero energéticas en el **Sistema Especial de Importación y Exportación (SEIEX)**, más conocido como Plan Vallejo (Programas Especiales de Exportación PEX).

¿Cuáles fueron los cambios actuales al nuevo Plan Vallejo Exprés?

Los principales ajustes al tradicional **SEIEX** ahora conocido como **Plan Vallejo Exprés** que otorgarán beneficios por un tiempo de 18 meses, son:

Las empresas que requieran el traslado o aprobación de este mejorado sistema ya no tendrán que esperar los habituales 30 días de transición y aprobación, si no que será en un periodo de tan solo 15 días por parte del Ministerio de comercio.

La solicitud se podrá realizar de forma virtual por medio de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE).

Se ajusta el compromiso de exportación de productos elaborados con bienes de capital, materias primas importadas sin arancel, repuestos y con el IVA postergado u diferido.

En el Plan Vallejo tradicional obligaba a los empresarios a exportar el 100% de los bienes producidos con una materia prima importada sin impuestos, ahora podrán exportar solo una parte de dichos bienes según el programa al cual se hayan acogido y de la importación que realicen.

¿Cuáles son estos programas?

Ilustración 7



Fuente: Transcointer

Importación de materias primas.

Se deberá exportar el 60% de los bienes producidos y el 40% restante se tendrá que comercializar en el mercado nacional pagando así los tributos aduaneros mediante importación ordinaria.

De acuerdo con lo establecido en el **Decreto 285 de 2020**, el plazo para demostrar los compromisos será de dieciocho (18) meses a partir de la fecha de la autorización de levantamiento de la primera declaración de importación en el período importación.

Para el **sector agropecuario** los plazos podrán ser hasta de veinticuatro (24) o treinta y seis (36) meses, teniendo en cuenta el ciclo productivo y la vida útil de las materias primas utilizadas.

Importación de bienes de capital y repuestos.

El Ministerio de Comercio aclara por medio de la **resolución 1212 de 2020** que, todos los sectores económicos pueden hacer parte del Plan Vallejo Exprés con excepción del minero energético.

Esto significa que los exportadores de bienes de capital, repuestos y materias primas e insumos, se verán favorecidos con beneficios temporales por participar en el Programa Especial de Exportación PEX (Plan Vallejo).

Cabe resaltar que, el **Plan Vallejo de Bienes de Capital** para repuestos está regulado en el artículo 173 y 174 literal C del decreto de ley 44 de 1967, en el que se establece un compromiso del 70% en los aumentos de producción que, ahora disminuye a un 50% con el decreto vigente 1371 del 19 octubre 2020.

Por otro lado, los exportadores que están amparados bajo el artículo 174 (ley 44 de 1967), en condiciones normales sus compromisos corresponden al 1.5 veces el valor de los bienes importados. Con el nuevo decreto 1371, su compromiso disminuye a 1.2 veces del valor de los bienes importados, lo cual otorga a los empresarios mayor flexibilidad en el cumplimiento de estas condiciones.

Exportación de servicios.

El 12 de noviembre del 2020 el Ministerio de Comercio emitió la resolución 1131, en la que se establecen los servicios registrados o partidas arancelarias de los bienes que pueden ser importados bajo los PEX para la exportación de servicios.

Esta norma, que ha sido muy anhelada por el tejido empresarial del comercio exterior colombiano, permitirá fortalecer los sectores de servicios sociales, salud, educación, administración, entre otros. Además, la actualización del programa plan vallejo exprés permitirá a los interesados solicitar nuevas subpartidas arancelarias.

Adicionalmente, aquellos exportadores de servicios que incrementen los empleos en un 10% de acuerdo a lo que registraron en el año 2019 y sostengan el compromiso en vigencia del programa especial, les corresponderá el compromiso mínimo para exportación de 0,5 veces del valor FOB en los bienes importados.

Estas fueron las **actividades de servicios que se incluyeron en el programa especial de importación-exportación:**

Ilustración 8



Audiovisuales

Actividades de edición, posproducción y exhibición.



Salud

Atención residencial medicalizada de tipo general.



Turismo

Parques temáticos y alojamiento rural.



Transporte

Movimiento aéreo de pasajeros y carga.



Industrias Culturales

Creación, producción, exhibición y distribución de servicios y bienes culturales.



Deportes

Actividades de entretenimiento y espectáculo deportivo.



Educación

Actividades desarrolladas por centros educativos y formación para el trabajo.



Reparación de buques

Reforma y saneamiento de busques de carga.



Ferrovianos

Movimiento férreo de carga.

Fuente: Transcointer

¿Cuál es la vigencia y los plazos de aplicación del decreto 1371?

El plazo que tienen los importadores y exportadores para aplicar a los nuevos esquemas es de 18 meses, en el que los interesados o antiguos “plan vallejistás” podrán acceder a los programas que se ofrecen en este nuevo decreto.

Si anteriormente tenían un programa autorizado, ahora podrán realizar una transición para la acomodación de los compromisos (homologación). Cuando culmine el tiempo de vigencia del decreto 1371 del 19 de octubre de 2020, podrán retomar los programas aprobados originalmente.

¿Qué ha logrado el Plan Vallejo Exprés?

- En la actualidad de 565 programas existentes solo 419 que hacen parte de las empresas no minero energéticas.
- El total de las exportaciones en el año 2020 fue del 27%, y por otro lado el 58% de las exportaciones no minero energéticas.
- Hasta el momento han sido solo 9 empresas las que se han acogido a este sistema especial.
- Tan solo el 2% de las empresas Plan Vallejistas son de servicios.
- En un corto plazo se aumentó de 55 a 95 actividades de servicios.
- Se cubrieron 639 subpartidas arancelarias para la importación a un total de 1.194 subpartidas.

Gracias a los cambios implementados al nuevo Plan Vallejo Exprés, los empresarios podrán acceder de forma más fácil a este sistema especial que ayuda a importadores, exportadores y productores a comercializar internacionalmente sus productos y así también ayudan con la reactivación económica de Colombia.

El Plan Vallejo Exprés es una gran oportunidad para los empresarios colombianos, si estás de acuerdo, comparte esta entrada con tus colegas para que conozcan todos los beneficios. Te invitamos a revisar las soluciones logísticas que tenemos para ti.

Escrito por: (Suarez Acuña, Plan Vallejo Éxpres)

12. Conclusión.

En conclusión, el progreso del mercado tradicional al marketing digital en las empresas ha generado que los canales virtuales de comunicación sean indispensables para la realización de nuevos negocios hoy en día de manera más competitiva y con una alta rentabilidad, así mismo están dejando claro cuáles serán las empresas del futuro, cuales están implementando en sus negocios los nuevos cambios tecnológicos y se están adaptando de la mejor manera posible a estas herramientas. Con el primordial objetivo de continuar ofreciendo sus servicios de manera óptima.

Es por esta razón que las oportunidades que estos nuevos mercados representan para las empresas por medio de la web, es suficiente razón para diseñar y poner en marcha una estrategia de marketing digital con todas las capacidades para obtener el posicionamiento en el mercado esperado.

La mejor oportunidad que un plan de marketing digital puede generar para las empresas en Colombia y principalmente para Transcointer es impactar el mercado objetivo de manera óptima y rentable.

Por otra parte, se realizó el debido diagnóstico para la empresa, en donde se analizó las falencias y puntos débiles de esta en el área de marketing la cual puede ayudar a mejorar las diferentes áreas de trabajo en la empresa.

De esta forma, se ha desarrollado esta propuesta de marketing para la captación y fidelización de clientes potenciales en la cual se ejecutó un plan de acción para controlar y lograr los objetivos propuestos mediante un cronograma de actividades previamente diseñado, socializado y aprobado para la creación y publicación de contenido diario, semanal y mensual, a la vez, se realizó la debida capacitación y posteriormente el manejo e implementación de herramientas digitales tales como MailChimp, redes sociales, WordReference, apps móviles de edición, entre otras, para la creación y publicación de contenido que atrae clientes nacionales e internacionales, en donde se incluyen la celebración de fechas importantes, datos de interés, servicios que ofrece la empresa, etc., Para los diversos sectores del mercado y ser así esta, una de las formas de captación de clientes, por otra parte él envió e invitación de campañas publicitarias tales como celebración de cumpleaños para los clientes de la empresa, capacitación gratuita por medio de webinars y en vivos en donde se participó ante un público previamente inscrito por medio de landing page, entre otras actividades.

Para concluir, por compromiso con la empresa Transcointer, cada practicante tiene el deber de investigar y proponer un tema de investigación el cual deberá ser aprobado por los coordinadores para luego, redactar un artículo con temas afines al comercio internacional, por lo que la practicante encargada realizó la debida investigación y redacción de dos artículos “6 recomendaciones para realizar un Courier con éxito” y “Plan vallejo exprés”, los cuales fueron publicados en la página web oficial de la compañía y sus respectivas redes sociales tales como, Instagram, Facebook y LinkedIn. Debido al buen desarrollo de dichos artículos uno de ellos fue posicionado en el buscador de google, esto se denomina como “Posicionamiento SEO orgánico” el cual genera que dicho artículo sea la primera búsqueda en google, entre tanto, se esperar lograr el mismo objetivo final con el segundo artículo.

13. Referencia bibliográfica.

Kotler, P. (s.f.). PHILIP KOTLER. Centro de documentacion publicitaria. Obtenido de <https://www.lahistoriadelapublicidad.com/protagonista-1050/philip-kotler>

Hernandez, L. (s.f.). The Orange Lab. Obtenido de 5 razones por las que el marketing digital es importante para tu empresa: <https://theorangelab.co/en/5-razones-por-las-que-el-marketing-digital-es-importante-para-tu-empresa-en/>

Logística, D. d. (s.f.). Legiscomex. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/colaborador-rodriigo-castelazo-logistica-competitividad>

Mousinho, A. (3 de Junio de 2020). SEO: la guía completa para que conquistes la cima de Google en el 2021. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-seo/>

Philip Kotler, p. d. (22 de Septiembre de 2017). dircomfidencial. Obtenido de <https://dircomfidencial.com/diccionario/philip-kotler-20160918-0957/>

Rivera Camino , J., & de Garcillán López-Rua, M. (2012). Dirección de Marketing Fundamentos y Aplicaciones. ESIC.

S.A.S, T. (s.f.). Transcointer. Obtenido de Transportadora y comercializadora Internacional S.A.S: <https://transcointer.com/>

serviciosdepits. (19 de Septiembre de 2011). DEFINICIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA. Obtenido de

<https://transportedecargadepits.wordpress.com/2011/09/29/definicion-del-servicio-de-transporte-de-carga/>

serviciosdepits. (s.f.). DEFINICIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE CARGA. Obtenido de <https://transportedecargadepits.wordpress.com/2011/09/29/definicion-del-servicio-de-transporte-de-carga/>

Sordo, A. I. (31 de Mayo de 2021). ¿Qué es una landing page y para qué sirve? (y aprende a crear la tuya).

Suarez Acuña, N. (23 de Abril de 2021). 6 recomendaciones para realizar un courier con éxito. Obtenido de <https://transcointer.com/recomendaciones-para-courier/>

Suarez Acuña, N. (s.f.). Plan Vallejo Éxpres. Obtenido de <https://transcointer.com/plan-vallejo-expres/>