

**PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE MARÍTIMO SOL Y MAR
A TRAVÉS DE USO DE LAS REDES SOCIALES PARA LA CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES**

YULIANA MARCELA VALENCIA TOBAR

**UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA
BUENAVENTURA- COLOMBIA
2023**

**PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE MARÍTIMO SOL Y MAR
A TRAVÉS DE USO DE LAS REDES SOCIALES PARA LA CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES**

YULIANA MARCELA VALENCIA TOBAR

**INFORME DE PASANTÍAS PARA OPTAR AL TÍTULO DE: TECNOLOGO EN GESTION HOTELERA Y
TURISTICA**

Director:

PRO.HERNAN DE JESUS HERNANDEZ OCAMPO

Línea de proyección social:

Modalidad: Redes sociales

**UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA
BUENAVENTURA- COLOMBIA
2023**

RESUMEN

En las redes digitales, el objetivo del marketing es construir una marca y aumentar la visibilidad a través de piezas de contenido y anuncios que generen interacción con clientes potenciales y, al mismo tiempo, crear una comunidad interactiva. Para los marketers, la red social son una herramienta única para dar a conocer la empresa entre el cliente. y de esta manera lograr obtener mejor oportunidad aceptación con el usuario que busca una forma más fácil de comunicación.

La importancia de las redes sociales para las empresas es tal que permite una comunicación bidireccional entre cliente-empresa. Utilizando las RRSS podrás exponer tus productos y servicios, así como lanzar novedades, ofertas y campañas publicitarias para que la audiencia te elija a ti frente a los competidores. Se consideró implementar las redes sociales como estrategia que convierta a la empresa sol y mar en una marca reconocida por este medio digital tan indispensable en estos tiempos.

Palabras claves: *Posicionamiento, Redes sociales, Empresa, Fidelización, Clientes*

ABSTRACT

In digital media, the goal of marketing is to build a brand and increase visibility through content pieces and advertisements that generate engagement with potential customers while creating an interactive community. For marketers, the social network is a unique tool to publicize the company among the client. and in this way achieve a better chance of acceptance with the user who is looking for an easier way of communication.

The importance of social networks for companies is such that it allows two-way communication between client-company. Using the RRSS you will be able to expose your products and services, as well as launch news, offers and advertising campaigns so that the audience chooses you over the competitors. It was considered I seek to implement social networks as a strategy that turns the company sol y mar into a recognized brand for this digital medium that is so essential in these times.

keywords: *Positioning, Social networks, Company, Loyalty, Customers*

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

INTRODUCCION.....	
2. PROBLEMA	2
3. JUSTIFICACIÓN	3
4. OBJETIVOS.....	4
4.1 GENERAL	4
4.2 Específicos.....	4
5.MARCO TEÓRICO	5
6. METODOLOGÍA	6
7. CAPÍTULOS	9
7.1 CAPITULO 1. Determinar las necesidades de la empresa transporte marítimo sol y mar atreves del análisis de la matriz Dofa	9
8. CAPÍTULO 2. Proponer estrategias de posicionamiento para la empresa Sol y Mar para que tenga mejor reconocimiento en las redes.....	10
9. CAPITULO 3. Evaluar la falencia de la empresa sol y mar en el uso de las redes sociales.....	12
10.CONCLUSIÓN.....	13
11.RECONMENDACIONES.....	14
BIBLIOGRAFÍA.....	
13. ANEXOS	17

TABLA DE ILUSTRACIONES

<u>Ilustración 1. Pregunta No. 1</u>	6
<u>Ilustración 2. Pregunta No. 2</u>	7
<u>Ilustración 3. Pregunta No. 3</u>	7
<u>Ilustración 4. Pregunta No. 4</u>	7
<u>Ilustración 5. Pregunta No. 5</u>	8
<u>Ilustración 6. Evidencias fotográficas</u>	17

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Matriz DOFA</i>	9
-----------------------------------	---

INTRODUCCIÓN

En la actualidad todas las empresas suelen tener presencia digital en las redes sociales. El conocer cómo manejarlas con eficiencia generaría muchas ventajas que posicionarían rápidamente la calidad del servicio, la efectividad de las agencias de viaje y una mejor imagen desde la promoción y publicidad digital y/o virtual lo que permite la captación de clientes

La empresa de Transporte Marítimo Sol y Mar es un establecimiento ubicado en el muelle turístico de Buenaventura que ofrece el servicio de transporte en lancha y ventas de tiquetes para las diferentes playas de la ciudad contando con una excelente ubicación; además de la venta de productos como comestibles como gaseosa, cerveza, agua y de uso personal como bloqueador solar, repelente, entre otros que ayudan a cumplir la necesidad del turista respecto a necesidades de primera mano.

Después de observar la actividad empresarial de la agencia, pude darme cuenta la falta conocimiento y uso de las redes sociales, ya que no es fácil encontrar información de esta en redes tales como Facebook, Instagram, YouTube o incluso desde una página web.

Es por ello que la siguiente propuesta, establece una serie de estrategias para que la empresa tenga la facilidad de relacionarse con el turista a través de las redes y así poder brindar un mejor servicio al cliente y más personalizado podrán interactuar más y tendrá acceso a más información y de esta manera obtendrá mejores resultados y atraerá más turistas.

PROBLEMA

Debido al auge del internet en la última década, las redes sociales han tomado protagonismo en el día a día de las personas, llegando a ganar su total atención. Existen varias razones por las que una buena acogida en las redes sociales es imprescindible para cualquier negocio que quiera tener éxito.

Por ello, toda empresa debe tener presencia en estos canales digitales para construir una comunidad en torno a la marca, captar la atención de potenciales clientes y convertir la red social en un canal de venta. Por Ender, es de vital importancia que la empresa de transporte marítimo sol y mar a la cual se le ha diseñado esta propuesta, inicie con la actualización y aplicación de las redes sociales en su actividad comercial para obtener una mejor accesibilidad de comunicación con el cliente y atraer nuevos.

De hecho, de acuerdo al presente problema y después de analizar la necesidad que presenta la empresa, se ha formulado la siguiente pregunta respecto a este planteamiento:

¿Cómo posicionar la empresa haciendo uso de las plataformas digitales frente a la atracción y fidelidad de clientes, permitiendo que sea reconocida a nivel nacional e internacional?

JUSTIFICACIÓN

Hoy en día, la importancia de Internet en la realidad es innegable, y el turismo no es una excepción. Partiendo de dicha premisa se plantea el estudio de las redes sociales de turismo como elemento clave para la comunicación y comercialización de productos turísticos y las estrategias en que esto puede derivar (Dominguez, Villa & Araujo Vila, 2014).

Luego de interactuar en la actividad comercial de la agencia me pude percatar como la empresa no maneja la información en la red social como (Twitter, Facebook, Instagram) y que, de hecho, no cuenta con una página web, siendo este el principio antes citado, para que la empresa obtenga mejores resultados y que de esa misma manera pueda interactuar mejor con los clientes y fidelizar su compra en la misma.

Esto es muy necesario porque muchas empresas en todas las industrias actualmente están buscando formas de aumentar sus ganancias en el mercado y desarrollar nuevas estrategias para atraer y retener nuevos clientes. En un mercado competitivo como el de los seguros y en especial de los corredores de seguros, la estrategia no debe dejarse de lado, sobre todo cuando va de la mano de desarrollos tecnológicos como el marketing digital.

Esto último, si se mueve en campo de las aseguradoras, en el sector de la industria sin chimeneas en más aun el movimiento o flujo de ingresos ya que el turista cada día exige más de los sitios que visita y es por esta razón que las agencias de viajes o sencillamente los prestadores de servicios turísticos deben estar a la vanguardia de la tecnología y de adaptarse a los cambios que se van dando con el paso del tiempo (Tica E, Ruiz, & Augusto, 2018))

OBJETIVOS

General

Proponer el posicionamiento de la empresa de Transporte Marítimo Sol y Mar a través de uso de las redes sociales para la captación y fidelización de clientes.

Específicos

- Determinar las necesidades de la empresa transporte marítimo sol y mar atreves del análisis de la matriz Dofa.
- Proponer estrategias de posicionamiento para la empresa Sol y Mar para que tenga mejor reconocimiento en las redes.
- Evaluar la falencia de la empresa sol y mar en el uso de las redes sociales.

MARCO TEÓRICO

La información actualmente se ha convertido en un activo muy importante para las empresas tanto públicas como privadas y las redes sociales son de vital importancia. Por esta razón, única condición necesaria y suficiente para que una empresa pública tenga presencia online es que divulgue información pertinente a la ciudadanía. (Cueva, Benitez Suquita, Fuente Diaz, & Lago Valdiviezo, 2018)

¿Existe alguna cosa que no podamos hacer o conocer a través de Internet, tablets o smartphones ?, La respuesta es no, y por ello, las empresas son cada vez más conscientes de ello. Con el presente estudio de investigación se defiende la hipótesis de que las herramientas 2.0, más en concreto, las redes sociales, deben ser un elemento clave en toda estrategia empresarial del sector turístico en España, caracterizado por ser uno de los sectores en los que resulta más importante la consideración de esta nueva herramienta a la hora de llevar a cabo una estrategia empresarial en el mercado. (rita, 2015)

Las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual. Son utilizadas tanto por individuos como por empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica. Se realizó una revisión bibliografía acerca de las redes sociales como factor predominante, en la fidelización del cliente. Se concluye que las redes sociales son, hoy en día, una herramienta indispensable en cualquier estrategia de marketing. (Hutt Herrera, 2012)

METODOLOGÍA

Para explicar la propuesta, se diseñó una encuesta, como herramienta dentro de la metodología mixta aplicada en este informe, ya que lo cualitativo fue desde la observación previa por la estudiante dentro de la actividad comercial de la agencia y la cuantitativa por la aplicación de la encuesta y las cifras que arrojo para ver la viabilidad de la presente propuesta. Esto último se logró tomando como base la población de turistas que nos visitaron en la temporada de reyes en el año 2022 fue de 16500.

La muestra poblacional se obtuvo mediante el aplicativo en la web Monkeysurvey <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/> que detalla lo siguiente:

Volumen de la población: 16500

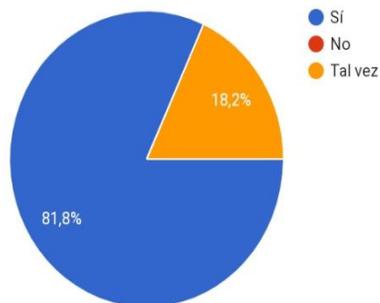
Nivel de seguridad: 80%

Margen de error: 20%

Tamaño de la muestra: 11 personas, siendo esta el número de gente a las que se dará la encuesta.

1. ¿Usted creer que el uso de las plataformas digitales es necesario para la empresa?

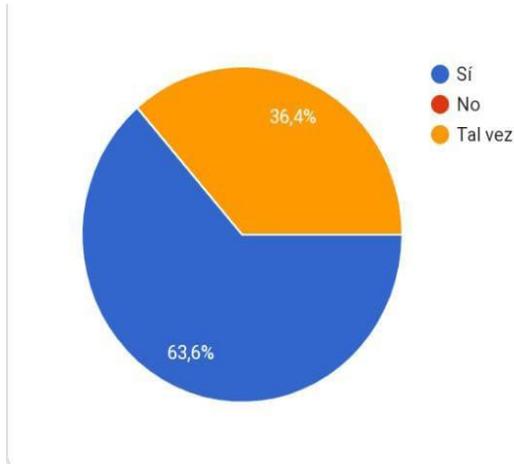
Ilustración 1. Pregunta No. 1



Logramos identificar que el 81,8% de lo encuestado consideró importante el uso de las redes sociales, dando nos a entender que cada vez más empresa se actualiza en las redes, Aunque un 18,2 % está interesado en conocer nueva estrategia.

2. ¿Cree usted que las empresas atraigan y retengan clientes?

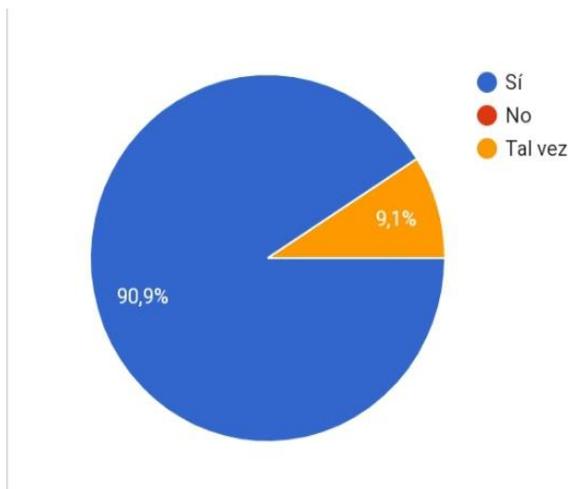
Ilustración 2. Pregunta No. 2.



Logramos identificar que 63.6% que la persona cree que la plataforma digital captar y fidelizar clientes. permite a la empresa tener mejor internación con el cliente y así poderle brinda un servicio más personalizado.

3. ¿Considera usted que las redes sociales mejoran la interacción y comunicación entre el cliente y la empresa?

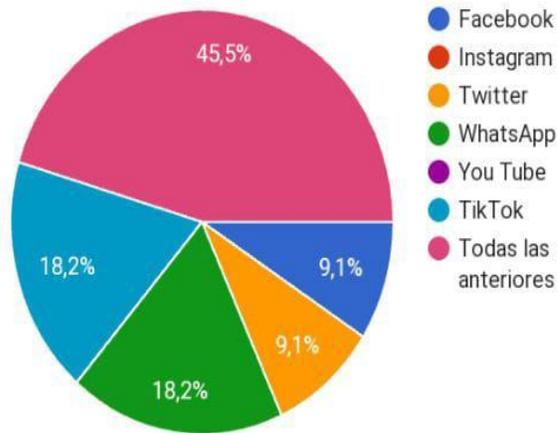
Ilustración 3. Pregunta No. 3



Muchos de los turistas consideran que la red social mejorar la interacción con el usuario y la empresa un porcentaje de 90,9 % lo que nos confirma la importancia de las redes para comunicarse con el cliente.

Ilustración 4. Pregunta No. 4

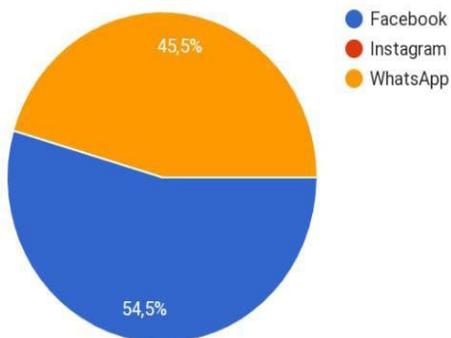
4. ¿Qué tipo de redes sociales usa usted?



Podemos determinar que muchas más personas utilizan todas plataformas digitales con un 45,5% y les segué TIK TOK y WhatsApp con el mismo porcentaje 18,2% al igual que Facebook y Twitter con 9,1 %. lo que permite deducir que las redes sociales son necesarias para la comunicación verbal y no verbal para mejorar las relaciones con el cliente o amigo.

5. ¿Seleccione una red social que haya usado para adquirir un paquete turístico?

Ilustración 5. Pregunta No. 5



Podemos afirmar que la red más utilizada para adquirir un paquete turístico es Facebook con un porcentaje 54,5% y la sigue WhatsApp con 45,5% son las redes preferidas por los usuarios a la hora compra un plan turístico.

CAPÍTULOS

CAPITULO 1. DETERMINAR LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA TRANSPORTE MARÍTIMO SOL Y MAR ATREVES DEL ANÁLISIS DE LA MATRIZ DOFA

Tabla 1. Matriz DOFA

FORTALEZA	DEBILIDAD
Excelente ubicación.	Poco reconocimiento de la imagen de la empresa.
Ventas de productos como (gaseosas , cerveza, bloqueador, repelentes entre otros) que los otros no venden.	Falta de espacio en las instalaciones.
Precios accesible.	Poco posicionamiento de la empresa en redes sociales .
OPORTUNIDAD	AMENAZA
Atraer más turistas internacionales por medio de las redes sociales.	Agencias que proveen productos similares a turistas .
Promocionar más la empresa plataforma digitales	Competencia desleal en la venta de tiquetes.
Ampliar las instalaciones de empresa .	

CAPÍTULO 2. PROPONER ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO PARA LA EMPRESA SOL Y MAR PARA QUE TENGA MEJOR RECONOCIMIENTO EN LAS REDES.

Para poder cumplir con lo anterior con el posicionamiento de la empresa con las siguientes estrategias:

Las redes a teniendo mucho ungen Ahora, por Ender, su negocio necesita tener presencia en estos canales digitales para construir una comunidad. Rodea tu marca, capta la atención de clientes potenciales y convierte las redes sociales en un canal de ventas.



- **Crear una imagen corporativa consistente**

Para obtener una mejor imagen corporativa de la compañía por medio de uso de las redes digitales crearemos una página web, Facebook, Instagram entre otros, donde se subirá la información de la empresa para posicionar su marca (logo, eslogan, color corporativo,) y también la misión y visión para así atraer a nuestro potencial cliente, que se sienta seguro con nuestros servicios.

- **Hacer contenido de valor en las redes sociales**

Publicando videos de los lugares y atractivos turístico que ofrecer. También mostrando las actividades realizadas con los turistas, manteniendo las cuentas activas subiendo fotos e interactuando con el usuario.

- **Ofrece atención al usuario a través de la red social**

Darle la opción al usuario de dar su sugerencia y que nos cuenten su experiencia con el servicio recibido, y de esta manera poder mejorar y así brindarle un excelente servicio al cliente satisfaciendo sus necesidades.

Ventajas de posicionar la empresa sol y mar en las redes sociales

- Recibir más visita a tu web y aumentar su calidad .
- Ofrece atención al cliente 24 hora .
- Aumentar el renacimiento de tu empresa o marca .
- Consigue influencia en tu sector y más presencia digital .
- Establecer canal cercano y abierto de comunicación dialogo y opinion.
- Mejorar tu posicionamiento SEO con publicaciones en RRSS Y Blog.
- Informa sobre productos y servicios ,noticias y oferta .
- Estrategia digital que atraigan a nuevos cliente socios y proveedores .
- Bajo coste de publicidad rapida y sin fronteras de tiempo y lugar .
- Fortalecer tu imagen moderna , actualizada y de confianza .
- Conocer y estudiar a tu mercado y tu competencia directa .
- Fidelizar cliente y socios con acciones que atraigan e intereses.

CAPITULO 3. EVALUAR LA FALENCIA DE LA EMPRESA SOL Y MAR EN EL USO DE LA RED SOCIAL

Para dar solución a lo planteado realizaremos una investigación para determinar lo importante que es el uso de la red social para la empresa y así posicionarse.

Comprender el comportamiento de los consumidores en línea en las redes sociales es importante no solo para construir una relación sólida, sino también para decidir qué herramientas de redes sociales ayudarán a administrarla. Las redes sociales se han convertido en un canal en los medios donde las marcas y las empresas pueden llegar a audiencias similares, encontrar nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

El mejor contenido y actualmente el más influyente es el contenido producido por los propios usuarios de las redes sociales. Los consumidores comparten contenido e intercambian opiniones entre ellos. Y con las marcas les gusta, reaccionan y comentan lo que les gusta y lo que no les gusta. Y, por último, aportan mucha información que debemos tener en cuenta en nuestras estrategias.

El comportamiento del consumidor en las redes sociales ha cambiado. Captar al cliente en cada etapa es, por lo tanto, todo un desafío. Una campaña publicitaria ganadora de Cannes no es suficiente para llamar su atención. Los consumidores están expuestos a miles de millones de estímulos y distracciones. Por ello, cada día se hace más difícil orientar su comportamiento de compra hacia nuestro producto, servicio o marca. Por ello, estudiar el comportamiento de nuestros clientes en RRSS es una buena forma de conocerlos y acercarnos a ellos.

Las redes sociales más usadas en Colombia

Al analizar después de investigar puedo determinar la necesidad de las redes sociales para el consumidor que quiere comprar un producto o servicio le permite tener relaciones más fuertes, la red social más usada por los usuarios es Facebook, WhatsApp, Instagram etc.

CONCLUSIÓN

Como pasante es un placer poder aportar un poco de mi conocimiento a la empresa para posicionarla a través de uso de las redes digitales para la atracción y fidelidad de clientes.

Mi mayor satisfacción será que la empresa de Transporte Marítimo Sol y Mar pueda implementar esta propuesta para que obtenga mayor accesibilidad al cliente o a la potencialización de clientes y así pueda ofrecer un servicio más personalizado al turista y satisfacer sus necesidades.

Las redes digitales en presente se han convertido en una necesidad para la compañía que no quieren quedarse en el olvido. En el presente, gran parte de las empresas está posicionada en las plataformas digitales, le ofrece muchas oportunidades como la facilidad de comunicarse con el cliente, relaciones con más confianza. y también permite ofrecer un mejor servicio. De ahí que este documento propuesto, prima sobre la necesidad de aumentar el área de movimiento de la agencia en cuestión y de hecho poder tener a futuro, mayores ingresos debido al buen uso y aplicación de las plataformas digitales en su actividad comercial.

RECOMENDACIONES

Dentro de la cada componente de esta propuesta se dejó claro la obligación de hacer uso de los canales comunicación sociales como un componente más en la actividad comercial de la agencia. Es por Ender se presentan una serie de recomendaciones adicionales para la efectividad en el servicio al cliente:

- Motivar a los trabajadores felicitarlos por su trabajo que se sienta parte de la empresa.
- Tener meta más definida y clara a corto y largo plazo.
- Capacitar a los empleados para ofrecer un mejor servicio.
- Tener una buena imagen corporativa que los trabajadores tenga sus uniformes, porte su respectiva identificación con el logo, logotipos y colores comparativa de la empresa.
- Contar con un buzón de sugerencias donde los turistas puedan dar su opinión y así poder mejorar el servicio.
- Motivar a los empleados interno, para evitar la pérdida de talento humano

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

Cueva, R., Benitez Suquita, J. L., Fuente Diaz, A. I., & Lago Valdiviezo, R. A. (21 de 12 de 2018). *revista científica ecociencia*. Obtenido de revista científica ecociencia: <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/166>

Dominguez, Villa, T., & Araujo Vila, N. (2014). Gestion de las redes sociales turísticas en la web. *VIVAT ACADEMIA. Revista de comunicacion*, 57-78. Obtenido de <https://doi.org/10.15178/va.2014.129.57-78>

Tica E, I., Ruiz, P., & Augusto, D. (2018). *El marketing digital en las redes sociales facebook, linkedin y youtube y su influencia en la fidelizacion de los clientes de la empresa Atanasoyki corredores de seguros*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10757/623548>

Romero Cueva, V. E., Benites Suquitana, J. L., Fuentes Díaz, A. I., & Largo Valdiviezo, R. A. (2018). El posicionamiento en redes sociales de las Instituciones Públicas del Ecuador. *REVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 5, 1–23.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/623548>

<https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/600>

<https://blog.inmarketing.co/blog/cual-es-la-importancia-de-las-redes-sociales-para-una-empresa>.

<https://doi.org/10.21855/ecociencia.50.166>

<https://www.getapp.es/blog/2719/comportamiento-del-consumidor-online-en-redes-sociales-espana>

<https://graciads.com/comportamiento-del-consumidor-en-redes-sociales/>

graciads.com/importancia-de-las-redes-sociales-para-las-empresas/#:~:text=a%20tu%20audiencia.-

[,La%20importancia%20de%20las%20redes%20sociales%20para%20las%20empresas%20es,ti%20frente%20a%20los%20competidores.](https://graciads.com/importancia-de-las-redes-sociales-para-las-empresas/#:~:text=a%20tu%20audiencia.-)

<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-son-las-redes-sociales-y-cuales-son-las-mas-importantes>

<https://blog.inmarketing.co/blog/cual-es-la-importancia-de-las-redes-sociales-para-una-empresa#:~:text=El%20prop%C3%B3sito%20del%20marketing%20en,crea%20toda%20una%20comunidad%20interactiva.>

<https://unitel-tc.com/10-factores-que-superar-en-las-redes-sociales-de-las-empresas/>

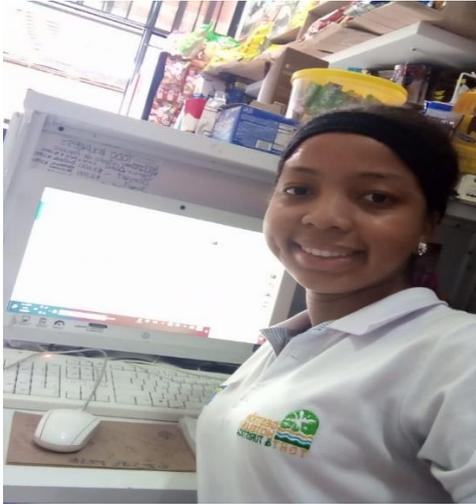
<https://blog.inmarketing.co/blog/cual-es-la-importancia-de-las-redes-sociales-para-una-empresa#:~:text=El%20prop%C3%B3sito%20del%20marketing%20en,crea%20toda%20una%20comunidad%20interactiva.>

<https://graciads.com/comportamiento-del-consumidor-en-redes-sociales/>

ANEXOS

Archivo fotográfico. Evidencia de pasantías.

Ilustración 6. Evidencias fotográficas



Fuente propia oficina sol y mar.



Fuente propia tomando registros de lo pasajeros.



Fuente propia muelle turistico de buenaventura