

Propuesta de marketing digital de la agencia transporte Robinson s.a.s

Eliana Candelo Candelo



Tecnología en Gestión Hotelera y Turismo

Universidad Del Pacifico

Buenaventura

2023

Propuesta de marketing digital de la agencia transporte Robinson s.a.s

Eliana Candelo Cabezas

Informe de pasantías presentado como requisitos para optar por el título de Tecnólogas en
Gestión Hotelera y Turística

Director (a)

Marino Torres Cifuentes

Magister

Línea de Proyección social

Diseño de una propuesta de marketing digital para la agencia transporte Robinson

Tecnología en Gestión Hotelera y Turística

Universidad del Pacifico

Buenaventura

2023

DEDICATORIA

Esta dedicatoria va dirigida especialmente a DIOS, gracias al señor todo poderoso pude estudiar, el me dio la bendición, el apoyo y la fortaleza para afrontar cada uno de los pasos a lo largo de mi carrera.

A mis padres LEIDY VIVIANA CABEZAS y ELOY ALBERTO CANDELO, gracias al esfuerzo que ellos hicieron y sacrificio pude sacar a adelante mis estudios, y pude terminar satisfactoriamente la carrera.

A mis abuelos MARIA LUZMILA PRECIADO y NERY ALBERTO CABEZAS, que lo son todo para mí a ellos dos también lo dedico y darles las gracias por siempre estar conmigo en la buenas y las malas desde chiquitas, ustedes son los que me dan fuerza y me motivan a siempre ser mejor cada día y poder lograr mis sueños y siempre les voy a estar agradecida.

RESUMEN

BUENAVENTURA es uno de los destinos turísticos más importante para aquellos que desean hacer actividades ecológicas ya que cuentan con una gran biodiversidad, también está la temporada del avistamiento de ballenas, para acceder a esas actividades deben llegar al muelle turístico en donde las agencias de transportes marítimo ofrecen sus servicios a sus clientes, las agencias tienen como objetivo la implementación de algunas estrategias para las temporadas altas y tener un gran auge de turistas.

Las agencias de transporte marítimo cuentan con muchos problemas de marketing digital, especialmente la agencia Robinson, no suelen darles publicidad a sus servicios prestados, no se enfocan en subir contenido a las redes sociales, lo que ellos no entienden es que la publicidad atrae muchos clientes, tanto nativos como turistas y puedan tener un crecimiento económico.

Estos temas negativos fueron analizados, durante el tiempo que estuve presentando las practicas, los cuales ya se les implementara algunas estrategias para acabar con esas falencias que tienen las agencias marítimas del muelle de Buenaventura.

PALABRAS CLAVES: turismo, marketing digital, servicio turístico

ABSTRACT.

BUENAVENTURA is one of the most important tourist destinations for those who want to do ecological activities since they have a great biodiversity, there is also the whale watching season, to access these activities you must go to the tourist dock where the maritime transport agencies offer their services to their clients, the agencies aim to implement some strategies for the high seasons and have a large number of tourists.

Shipping agencies have many digital marketing problems, especially the Robinson agency, they do not usually advertise their services, they do not focus on uploading content to social networks, what they do not understand is that advertising attracts many customers, both natives and tourists and can have economic growth.

These negative issues were analyzed, during the time that I was presenting the practices, which already implemented some strategies to end these shortcomings that the maritime agencies of the Buenaventura pier have.

KEY WORDS: tourism, digital marketing, tourist service

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN.....	1
1. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	2
1.1 MISIÓN	3
1.2 VISIÓN	3
2. INFORMACION DEL PASANTE	4
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
4. JUSTIFICACIÓN	6
5. ANTECEDENTES.....	7
6. OBJETIVOS.....	8
6.1 OBJETIVOS GENERAL.....	8
6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	8
7. MARCO TEÓRICO	9
8. METODOLOGÍA	10
9. CAPITULOS	15
9.1 CAPITULO I	15
9.2 CAPITULO II	15
9.3 CAPITULO III.....	16
10. CONCLUSIÓN.....	16
11. RECOMENDACIÓN.....	17
BIBLIOGRAFIA.....	18
ANEXOS	19

TABLA DE ILUSTRACION

Ilustración 1 Agencia Transporte Robinson	2
Ilustración 2 Cifras	2
Ilustración 3 Conoces la Agencia.....	10
Ilustración 4 Por cual medio de las redes sociales conoces la agencia.....	11
Ilustración 5 Afluencia de clientes por medio de las paginas web	11
Ilustración 6 Intermediarios de la agencia.....	12
Ilustración 7 Consumo de servicios.....	12
Ilustración 8 Oferta de servicios	13
Ilustración 9 Servicio del personal	13
Ilustración 10 Clientes	19
Ilustración 11 Corredor turistico.....	19
Ilustración 12 Brindando servicio	19

INTRODUCCIÓN

El presente informe, va dirigido en crear un plan de mejoramiento de marketing digital en la agencia de transportes Robinson, ya que tienen falencias en este ámbito, por ello trabajaremos en pro para visibilizar con mayor frecuencia los servicios que ofrecer la agencia. Sabemos que el marketing digital se ha convertido en fenómeno mundial para las empresas ya que es una herramienta que ayudan a través de internet a contribuir con el alcance y objetivo de una empresa.

“Que una empresa esté en constante crecimiento tiene que ver con una sola palabra innovación”. Los consumidores cambiaron y no fue solamente la tecnología la que propició este cambio, también los comportamientos de las personas que iniciaron el acercamiento a los medios digitales, a las redes sociales y a todo el mundo online. De acuerdo con las cifras oficiales de la cámara de comercio, más del 50% de los consumidores colombianos ya hacen compras por internet y cada vez son más los que, por lo menos, consultan en línea sus productos antes de adquirirlos, es así como las plataformas de e-commerce se convirtieron en espacios publicitarios ideales por su alcance y altos niveles de efectividad. (Carolina, 2015)

Por eso se le realizó una encuesta a las personas de que tanto sabían de la agencia transportes Robinson con el fin de poder determinar que las redes sociales si tienen una gran influencia en el mercado y que la agencia aproveche esa estrategia y la implemente en su plan de trabajo para atraer clientes y así mejorar su crecimiento económico.

1. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Illustration 1 Agencia Transporte Robinson



La empresa Transportes Robinson S.A. está ubicada en la ciudad de BUENAVENTURA, VALLE. Esta empresa fue constituida como SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA, cuenta con su Registro Nacional de Turismo, Cámara de Comercio, Nit, Rut y se dedica a Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje, venden paquetes turísticos para las diferentes playas de Buenaventura, se le ofrece el transporte ida y regreso con su respectivo seguro e ingreso al muelle turístico.

Transportes Robinson S A S es Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje. Cuenta con una estructura legal, donde muestra el patrimonio neto y demás información de la empresa.

Ilustración 2 Cifras

Cifras expresadas en (PESO COLOMBIANO, UNIDADES)	
Estructura legal	
Forma Jurídica	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA
Patrimonio Neto	70.099.000 COP
Información financiera	
Rango Ventas	Menor de 1.000.000.000 COP Consultar
Utilidad Neta	Menor de 1.000.000.000 COP Consultar

CELULAR: 3218909710

GERENTE: Robinson Barcos

ACTIVIDAD: Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje

DIRECCIÓN: Calle 1 1 1 LC 11 sec centro

CIUDAD: Buenaventura/Valle del Cauca

NIT: 9005528893

FORMA JURIDICA: SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

CORREO: transporte-robinson@hotmail.com

NUMERO DE MATRICULA: 0000066673

FECHA DE MATRICULA:10 DE SEPTIEMBRE DEL 2012

Esta empresa cuenta con una sola persona de contrato fijo, la cual es la que se encarga de la administración de la empresa, cuyo nombre es Martínez Casquete Liz Deyni

RECURSOS

Transporte Robinson, me cubría con los trasportes los días viernes, sábado y domingo, los cuales son los días que me correspondía.

1.1 MISIÓN

Ofrecer un servicio de calidad para las playas de Buenaventura a nuestros clientes, que puedan disfrutar, conocer y vivir una experiencia única y logra superar sus expectativas.

1.2 VISIÓN

Para el año 2026 queremos llegar a ser la agencia marítima destacada por nuestra región, en ser la mejor en ofrecer sus servicios de calidad, por la confianza y seguridad que le brindamos a los clientes.

2. INFORMACION DEL PASANTE

La estudiante ELIANA CANDELO CABEZAS de la universidad del pacifico del programa tecnología en gestión hotelera y turística del 6 semestre.

Tareas que realice en la agencia Transportes Robinson

ACTIVIDAD	DESCRIPCION
Vender paquetes turísticos y los servicios hoteleros	Ofrecer los paquetes turísticos, los hoteles, hacer reserva, me tocaba hacer baucher etc.
Vender entradas al muelle turístico	son las entradas que los clientes tienen que comprar para poder ingresar al muelle ya que sin eso no te dan aseso al muelle turístico.
Vender los pasajes	Vendía los pasajes, a los clientes para las playas, pianguita, Juanchaco, la bocana entre otras es un cheque al portador, las embarcaciones se encargaban de llevarlos y traerlos.
Ingresar los clientes al muelle	Esta labor implica ingresarlos al muelle y mostrar el recibo de ingresos, ya que algunos turistas no conocían, se perdían o cogían la embarcación que no era, entonces lo que yo hacía era llevarlos para donde DON WILSO que es el encargado de montarlos en la lancha del destino que ellos eligieron ir.
Pagarles a los comisionistas	Los comisionistas son aliados de la agencia transportes Robinson son los encargados de traer los clientes. Entonces por cada cliente que ellos traían yo me encargaba de pagarles
Me encargaba de hacer el cambio	Es el pago de los motoristas

En el cuadro anterior explico todas las tareas que realicé durante esos tres meses que efectué mis pasantías en la agencia, me sentí muy afortunada y satisfecha con todo lo que aprendí y por eso quiero darle las gracias a la señorita LIZ que es la encargada de la administración de la agencia de transportes Robinson por haberme brindado la oportunidad de realizar mis pasantías, en los que pude poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en la universidad del pacifico.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La agencia Transportes Robinson, tiene varios años en el proceso de crecimiento económico, esta manifiesta problemas por la falta de conocimiento de marca; debido a que no ha tenido un adecuado manejo, dejando de lado el marketing digital, estas acciones pocas productivas por las que está atravesando la agencia debido a una inapropiada asesoría e importancia. Trae como consecuencia la minimización de venta con base en la competencia por agencias dedicadas a lo mismo.

El marketing digital es una herramienta muy importante, sirve para que la agencia pueda crear estrategias que den a conocer sus servicios como empresa, el cual tiene como objetivo satisfacer las necesidades del cliente a la hora de realizar sus viajes.

Transportes Robinson es una agencia que debería optar por la opción de crear una página web de tal forma que ayude a promocionar los productos y/o servicios de forma ágil, anunciar las temporadas altas y bajas con la finalidad de poder atraer nuevos clientes y aumentar su nivel de confianza y poder evitar el diagnóstico de una mala economía.

Por ello, se debería actualizar la información obtenida en sus redes sociales, teniendo en cuenta que los datos establecidos tienen un tiempo a considerar, con esto quiero dar a conocer el desinterés que la agencia le ha tenido a las redes sociales o las ventas por este medio.

Pregunta de investigación.

¿Cuáles son las estrategias de marketing digital que necesita la empresa transporte Robinson para lograr posicionamiento o reconocimiento en el mercado de la ciudad de Buenaventura?

4. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se realizó con el fin de aportar ideas y/o algunas estrategias, con el fin de minimizar falencias frente al mercadeo (marketing digital) que tiene la agencia transportes Robinson S.A.S para así conseguir un gran auge en el mercado y obtener un aumento de nuevos clientes, subiendo contenido a sus redes sociales, página web y canales en donde las personas puedan ver los servicios que ofrece la agencia.

Aprovechando todo el recurso que tengan para que la agencia atraiga clientes y les permita tener un mayor alcance y competitividad, la agencia de transporte Robinson debe tener en cuenta que las redes sociales no solo sirven para promocionar el servicio que ofrecen, también sirven para crear experiencias a los usuarios lo cual te va permitir estar en contacto con tus clientes.

Debido a que hoy en día aún encontramos pequeñas y medianas empresas en el sector comercio que no utilizan este mecanismo para optimizar sus ventas y por ello fallan en el proceso de ejecución y resultados de sus estrategias, se hace necesario conocer y analizar más a fondo las bondades que estas herramientas digitales van a permitir a las empresas, una orientación en planes estratégicos integrales a fin de obtener objetivos concretos para los negocios.

5. ANTECEDENTES

El 6 de febrero de 1957 se fundó la Agencia de Viajes y Turismo Aviatour con cinco empleados y un capital de \$60.000. Su primer local estuvo ubicado en la Avenida Jiménez número 4 - 86.

Con la agencia de viajes se da inicio al Grupo Empresarial Aviatour, que actualmente cuenta con 116 oficinas propias en 23 ciudades del país, además cuenta con 28 empresas, una unión temporal (Concesión Tayrona) y más de 3.000 colaboradores de los cuales 1.888 laboran en la agencia de viajes.

De igual forma tiene representación en La Habana (Cuba), ciudad de Panamá, París y Miami, en donde funciona una oficina del Grupo Logístico Aviatour Carga.

Aviatour fue el primer grupo empresarial colombiano en participar como miembro del Global Compact desde el 10 de mayo de 2005.

El objetivo de este programa es tener un impacto real para mejorar y promover en la sociedad y en los grupos empresariales los derechos fundamentales para afrontar mejor los retos de globalización. En total, en esta iniciativa participan más de cuatro mil empresas en 120 países.

En el 2005 la Agencia de Viajes y Turismo recibió la Certificación de Calidad ISO 9001:2000; que fue renovada y revalidada en auditorías anuales de seguimiento. En septiembre de 2013 se obtuvo la renovación por tres años de los certificados en la norma NTC ISO 9001:2008 (Sistema de Gestión de Calidad), NTS AV01 (Reservas en agencias de viajes), NTS AV02 (Atención al cliente), NTS AV03 (Infraestructura), NTS AV04 (Diseño de paquetes turísticos).

6. OBJETIVOS

6.1 OBJETIVOS GENERAL

- Proponer la estrategia de marketing digital, para obtener una gran afluencia de turista en la agencia de Transportes Robinson s.a.s

6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la necesidad de implementar estrategias de marketing digital en la empresa transporte Robinson con base a la información del mercado
- Determinar el cliente objetivo (target) de la empresa transporte Robinson
- Proponer estrategias de marketing digital para la empresa transporte Robinson que permitan mejorar las ventas y el posicionamiento de la empresa en el mercado de la ciudad de buenaventura

7. MARCO TEÓRICO

Uno de los cambios en la historia de la humanidad ha sido el desarrollo de las nuevas tecnologías y la forma en que las telecomunicaciones han avanzado haciendo que el planeta sea ahora un mundo plano, “El avance de la tecnología ha generado

Una revolución en la información que ha facilitado la recolección de datos de todo tipo de negocios y ha hecho manifiesto el gran desafío por la parte creativa”. (Dossier, Marketing Digital, 2016) En ese mismo sentido la web es no solo una puerta de comunicación, es además una fuente ilimitada de recursos para que las empresas logren llegar a los clientes potenciales que en algún momento fueron realmente escasos

Por otra parte (Celaya, 2011) nos dice que el nuevo modelo de marketing on-line hoy en día obliga a las empresas a utilizar sus estrategias de marketing y comunicación ya que los clientes o consumidores no quieren limitarse a recibir información sobre productos o servicios, ellos buscan formar parte del proceso de promoción del mismo a través de las redes sociales. De esta manera podemos observar que el Marketing Digital se ha convertido en una de las herramientas más poderosas para las Pymes por su nivel de penetración al que las empresas dirigen sus esfuerzos de comunicación y publicidad.

8. METODOLOGÍA

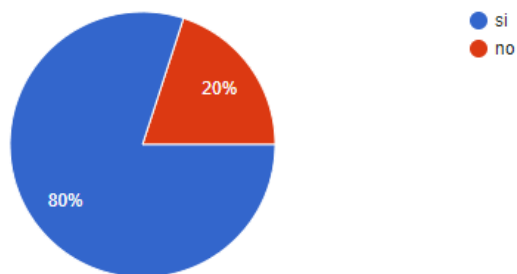
Para crear una página web, con todos los servicios que ofrece la agencia, se utilizara la técnica cualitativa, en donde se realizara una encuesta a las personas, con el objetivo de saber por cual medio se dieron cuenta que la agencia existe y si han accedido al servicio que ella ofrece.

Este informe va en camina a que la agencia transportes Robinson, se fortalezca en la parte de marketing digital.

Ilustración 3 Conoces la Agencia

Conoces la Agencia Transporte Robinson

10 respuestas



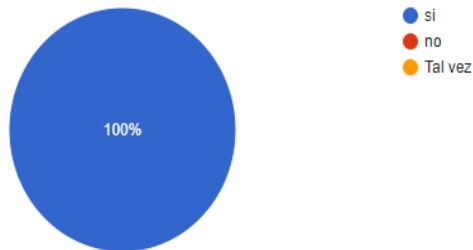
Fuente propia

De acuerdo a la gráfica se pudo observar que el 80% de las personas dicen que, **SI** conocen la agencia, mientras que el 20% dice que **NO** la conoce.

Ilustración 4 Por cual medio de las redes sociales conoces la agencia

Te gustaría conocerla por medio de nuestra redes sociales

10 respuestas



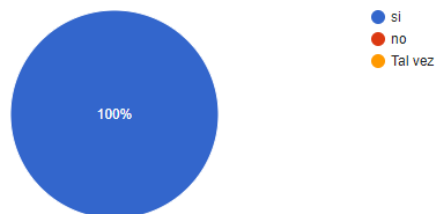
Fuente propia

Como se puede evidenciar en la gráfica que el 100% de las personas desean conocer mas sobre la agencia por medio de las redes sociales.

Ilustración 5 Afluencia de clientes por medio de las paginas web

Crees que la agencia por medio de las paginas web tendría afluencia de turista

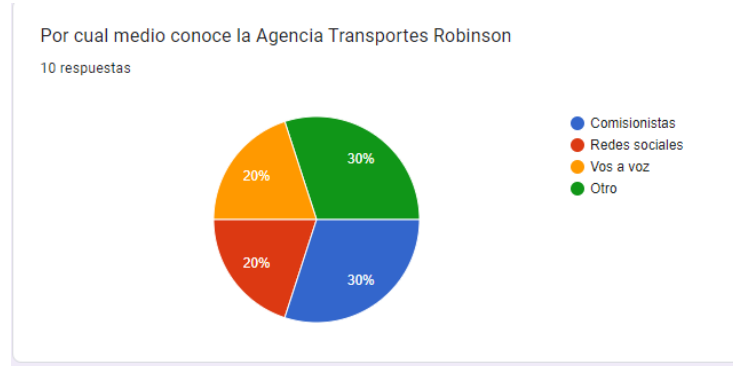
10 respuestas



Fuente propia

Se puede ver que en la figura que el 100% de las personas dijeron que **SI** tendría una gran afluencia de clientes por medio de las páginas web.

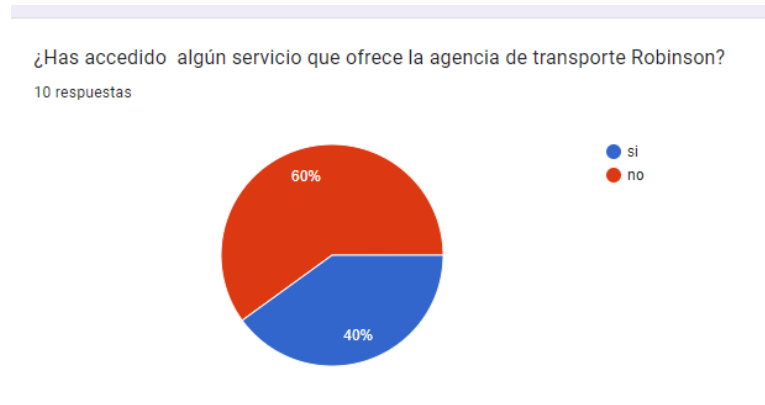
Ilustración 6 Intermediarios de la agencia



Fuente propia

De acuerdo a la gráfica el 30% de las personas dijeron que conocen la agencia transportes Robinson por medio de los comisionistas, mientras que el otro 30% dicen que por otro medio y el 20% expresan que por las redes sociales y por último el otro 20% por el vos a voz.

Ilustración 7 Consumo de servicios



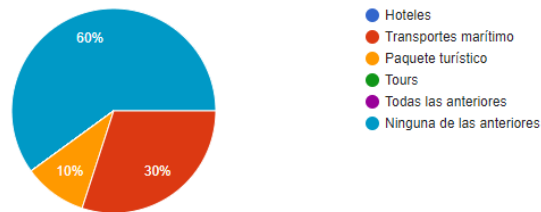
Fuente propia

Como podemos evidenciar en la gráfica se pudo ver que el 60% de las personas dijeron que NO han accedido algún servicio que ofrece la agencia, mientras que el 40% dijeron que SI.

Ilustración 8 Oferta de servicios

Cuáles de los servicios que ofrece la agencia has adquirido

10 respuestas



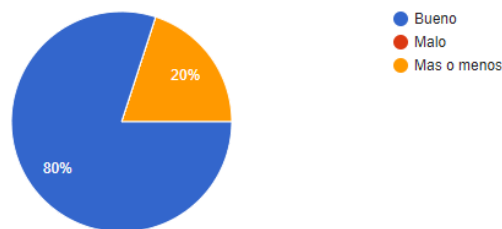
Fuente propia

De acuerdo a la figura se pudo evidenciar que el 60% de las personas han adquirido el servicio de los hoteles, mientras que el 30% a los transportes marítimos y por último 10% accedieron a los paquetes turísticos.

Ilustración 9 Servicio del personal

Qué te parece el servicio que ofrecen el personal de la agencia

10 respuestas



Fuente propia

Como podemos ver el 80% de las personas dijeron que el servicio que ofrece la agencia es bueno mientras que el 20% dijeron que es más o menos.

Como podemos ver en la figura, esas son las recomendaciones que le hicieron las personas a la Agencia Transportes Robinson.

Se realizaron 7 preguntas sobre la agencia transportes Robinson a 10 personas en donde respondieron preguntas de acuerdo a la agencia, con este método se puede evidenciar las falencias que tiene la agencia, por no darle la importancia que merece el marketing digital.

9. CAPITULOS

9.1 CAPITULO I

1. Determinar la necesidad de implementar estrategias de marketing digital en la empresa transporte Robinson con base a la información del mercado

Durante el periodo que se realizaron las practicas se pudo observar que la Agencia Transporte Robinson no le da la importancia al marketing digital, para promocionar sus servicios y de ser más visibles a diferencia de las competencias y que gracias a esos aliados que son los comisionistas es que la agencia tiene clientes, ellos se encargan de llevar las personas que quieran consumir algún servicio.

Con la implementación de esta nueva estrategia la agencia, les proporcionaría confianza a las personas que quieran adquirir de su servicio y mejoraría la comunicación con el cliente brindándole confianza y así tendría una afluencia de turista sin necesidad de pagarles a los comisionistas.

9.2 CAPITULO II

2. Determinar el cliente objetivo (target) de la empresa transporte Robinson

La Agencia de Transporte Robinson brinda un servicio a los nativos y turistas que desean visitar las playas de Buenaventura, esta utiliza la segmentación del cliente por característica psicografica ya que por esta plataforma se puede tener una interacción con los clientes al realizar encuestas que buscan como conocerlos para saber sus gustos y sus necesidades buscan trabajar en pro de ellos. Ya que si se tiene claro cuáles son tus clientes, sabrás específicamente lo que ellos necesitan y ofrecerles paquetes con precios cómodos sin que este afecte en el mercado. Así tendrás clientes que visiten la agencia con más frecuencia.

- Sin clientes con ingresos medio y altos
- La mayormente sus motivos de viajar son vacacionales
- Son clientes transaccionales

- El 80% de los turistas son extranjeros

9.3 CAPITULO III

3. Proponer estrategias de marketing digital para la empresa transporte Robinson que permitan mejorar las ventas y el posicionamiento de la empresa en el mercado de la ciudad de Buenaventura

Crear paquetes especiales para que los consumidores se sientan atraídos, brindándoles experiencias únicas y atractivas con el fin de que ellos puedan disfrutar de las playas paradisíacas del puerto de Buenaventura, haciendo las siguientes ofertas:

- Realizar promociones del 2x1 en las temporadas bajas
- Descuentos con el 10%
- Obsequiar detalles que represente el puerto de Buenaventura

10. CONCLUSIÓN

Después de haber realizado una investigación a fondo sobre la importancia de comercializar los servicios de la agencia a través de marketing digital, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Por medio de esta investigación se logró determinar, que la mejor opción para la agencia transporte Robinson es utilizar las redes sociales para posicionarse en el mercado y proporcionar mayor facilidad para los consumidores.
 - Se pudo observar que la agencia transporte Robinson en el mercado tiene una buena posición, pero es gracias a sus aliados quienes tiene como nombre comisionistas. Si empiezan a utilizar la estrategia de comercializarse a través de la página web se posicionarían sin contar con la ayuda del comisionista y la audiencia de los consumidores aumentaría.
 - Las publicaciones por medio de las redes sociales han captado la atención de los clientes, lo que proporciona y dar a conocer la empresa con el servicio que ofrece a sus consumidores, es mucha influencia para que la empresa brinde confianza a sus clientes a la hora de ellos acceder al servicio que le ofrece la empresa y logren obtener un flujo de clientes.

11. RECOMENDACIÓN

Se pudo observar a través de la encuesta realizada, la importancia de las redes sociales, esto le permite a la agencia ser visibles para los consumidores, y que puedan dar a conocer la agencia. Entonces lo que se recomienda que trabaje con las estrategias del marketing digital para que tengan afluencias de clientes y puedan ser una agencia que se posicionen en el mercado

BIBLIOGRAFIA

- Estrategia de marketing digital para la empresa trazos y letras.* (s.f.). Recuperado el 08 de febrero de 2023, de https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/bitstream/handle/compensar/2720/PFG_Marketing_digital%26l.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Historia.* (s.f.). Recuperado el 02 de febrero de 2023, de <https://www.grupoaviatur.com/acerca-de-nosotros/empresa/historia>
- Información Comercial de Transportes Robinson S A S.* (s.f.). Recuperado el 22 de enero de 2023, de [nformacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/transportes-robinson-sas#:~:text=La%20empresa%20Transportes%20Robinson%20S%20A%20S,Robinson%20S%20A%20S%20es%20el%203218909710.](https://informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/transportes-robinson-sas#:~:text=La%20empresa%20Transportes%20Robinson%20S%20A%20S,Robinson%20S%20A%20S%20es%20el%203218909710.)
- Pitre, L. K. (s.f.). *Marketing Digital Como Mecanismo Para Optimizar Las Ventas En pymes del sector comercio en Colombia.* Recuperado el 08 de febrero de 2023, de Marketing Digital Como Mecanismo Para Optimizar Las Ventas En pymes del sector comercio en Colombia: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7415/MonteroPitreLeidisKarina2015.pdf?isAllowed=y&sequence=1>

ANEXOS

Ilustración 11 Corredor turístico.



Fuente propia

Ilustración 10 Clientes .



Fuente propia

Ilustración 12 Brindando servicio .



Fuente propia