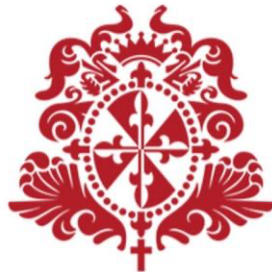


Universidad del Rosario



**Universidad del
Rosario**

Estrategia de marketing Digital

Tractocamiones de las Américas

Trabajo de grado

Mariana Delgadillo Oliveros

Iván Andrés Yopasa Puentes

Carolina González Villamizar

Juan Esteban Trujillo López

Bogotá D.C, Colombia

2023

Universidad del Rosario



**Universidad del
Rosario**

Estrategia de Marketing

DigitalTractocamiones de las Américas

Trabajo de grado

NI03 - Mariana Delgadillo Oliveros

AE03 - Iván Andrés Yopasa Puentes

NI03 - Carolina González Villamizar

AE03 - Juan Esteban Trujillo López

Hernán Alberto Cruz Bernal

Bogotá D.C, Colombia

2023

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito la Revisión de literatura titulada “Estrategia de marketing digital para Tractocamiones de las Américas”, en opción de grado de PADE 2 y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que esta Revisión no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Mariana Delgadillo Oliveros

Iván Andrés Yopasa Puentes

Carolina González Villamizar

Juan Esteban Trujillo López

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Mariana Delgadillo Oliveros

Iván Andrés Yopasa Puentes

Carolina González Villamizar

Juan Esteban Trujillo López

Tabla de contenido

Resumen.....	7
Abstract.....	7
Palabras Claves.....	8
Key Words.....	8
1. Análisis	9
1.1 Antecedentes (Mercado e Historia Empresarial... ..)	9
1.2 Definición del objetivo de Negocio/Propuesta de valor... ..	10
1.3 Análisis de la competencia... ..	11
1.4 Análisis DAFO... ..	14
1.5 Análisis audiencia (buyer persona)	15
2. Objetivos	15
3. Estrategias	16
3.1 Estrategia de contenidos	16
3.2 Estrategia de social Ads.....	16
4. Cronograma.....	17
5. Resultados.....	17
5.1 Fase de atracción.....	18
5.2 Fase de Consideración... ..	18
5.3 Fase de decisión... ..	18
5.4 Fase de retención... ..	19
6. Presupuesto.....	20
7. Bibliografía	21

Índice de tablas

Ilustración 1: Buyer persona	1
5	
Ilustración 2: Cronograma	1
7	
Ilustración 3: Fase de atracción	1
9	
Ilustración 4: Fase de consideración	2
0	
Ilustración 5: Presupuesto	2
2	

Resumen

El mundo digital de hoy en día ha ido evolucionando al punto en que se ha vuelto de vital importancia para las diferentes personas y empresas tener una presencia digital, para facilitar el contacto con otras personas y empresas. Es por esto que por medio del trabajo de grado que se encuentra a continuación, se propone una solución a la falta de presencia digital de la empresa Tractocamiones de las Américas, una empresa con más de 30 años de servicio en el sector automotriz.

Palabras clave

Marketing Digital, Sector Automotriz, Redes Sociales, Pagina Web, Clientes, Estrategia.

Abstract

Today's digital world has evolved to the point where it has become vitally important for different people and companies to have a digital presence, to facilitate contact with other people and companies. It is for this reason that through the degree work that follows, a solution is proposed to the lack of digital presence of the company Tractocamiones de las Américas, a company with more than 30 years of service in the automotive sector.

Key Words

Digital Marketing, Automotive Sector, Social Networks, Website, Clients, Strategy

1. Análisis

1.1 Antecedentes (Mercado e Historia Empresarial)

Tractocamiones de las Américas es una empresa que es representante autorizado de Daimler BENZ ofreciendo repuestos originales para camiones además ofrecemos repuestos OEM instalados en camiones Kenworth e International. Además de encargarse de servicios como:

- Despachos de repuestos a todo el territorio nacional con entrega inmediata.
- Atención al cliente y su requerimiento vía WhatsApp o vía correo electrónico.
- Ensamble de todo tipo de mangueras.
- Proveedor de repuestos “Bómpa a Bómpa” para mantener su equipo original.

Esta empresa nace el 19 de julio de 1989 teniendo a la ciudad de Duitama como punto clave para su operación, pues dicha ciudad se conoce como la ciudad transportadora de Colombia.

La empresa tiene como misión ser una empresa que cubra las necesidades del mercado automotor de vehículos pesados y pasajeros, de sus diferentes marcas, ofreciendo repuestos originales con el respaldo de las mejores marcas del mundo, apoyado por asesores comerciales profesionales enfocados en la eficiencia del sector transportador.

Tracto Camiones de las Américas es una empresa que de aquí a 4 años llegará a ser reconocida a nivel mundial por su alta calidad en repuestos con productos que cumplan las expectativas en calidad, precio y disponibilidad, con un amplio portafolio y los mejores servicios, así como aumentar su presencia en la industria de los camiones y tractomulas en

Colombia.

Dicha empresa pretende lograr esta visión cumpliendo su objetivo de cumplir a cabalidad con los compromisos y obligaciones del gobierno nacional y local, y con las obligaciones laborales de nuestro recurso humano, y de igual forma cumplir los compromisos comerciales con nuestros proveedores nacionales e internacionales

1.2 Definición del objetivo de Negocio/Propuesta de valor

Misión: Tracto camiones de las Américas, es una empresa creada como comercializadora de repuestos (importados y nacionales) para cubrir las necesidades del mercado de automotor de vehículos pesados y pasajeros, en sus diferentes marcas y como distribuidor de autopartes Daimler Colombia – Camiones de las marcas Freightliner, Mercedes Benz y Fuso; Vans y buses Mercedes Benz. Ofreciendo repuestos originales con el respaldo de las mejores marcas del mundo, apoyado por asesores comerciales profesionales enfocados en la eficiencia del sector transportador.

Visión: Trabajando cada día en el mejoramiento continuo de nuestro objeto social, para ofrecer un servicio especializado a nuestros clientes, con productos que cumplan con las expectativas en calidad, precio y disponibilidad, con un amplio portafolio, con el apoyo de nuestro recurso humano y proveedores, nos mantendremos innovando para seguir siendo el aliado estratégico de nuestros clientes.

Propuesta de valor : Tracto camiones de las Américas busca ofrecer un nuevo mercado basado en la productividad y eficiencia de sus productos donde se llegue a todas partes de Colombia brindando a sus clientes diferentes beneficios y ofertas desde la logística de sus productos hasta la distribución y comercialización de estos de igual forma ofrece al mercado

una amplia variedad de repuestos de alta calidad, precios competitivos, excelente servicio al cliente, garantías y políticas de devolución claras, y establecer alianzas con talleres mecánicos y flotas de camiones.

- **Corto plazo:** Como objetivo de mercado a corto plazo la empresa busca sacar provecho de la problemática en cuanto al aumento generalizado de los precios de importación a causa de nuevas políticas portuarias y el aumento de los aranceles. Permitirán a la compañía comercializar los productos nacionales y así mismo sacar provecho para generar nuevos clientes.
- **Mediano plazo:** De igual forma a mediano plazo la empresa busca solidificar cliente y generar nuevas alianzas con el gremio y operadoras así mismo actualizar sus sistemas de entrega y logística a la hora de entregar los productos, de igual forma vincular nuevas marcas en su portafolio.
- **Largo plazo:** Como objetivo a largo plazo la empresa busca ser líder del mercado de importación de productos de importación y nacionales para tracto camiones así mismo crecer lo máximo posible hasta convertirse en referente de su gremio y de su mercado.

1.3 Análisis de la competencia

El mercado de repuestos para tractores y camiones en Colombia es altamente competitivo, con numerosas empresas que ofrecen una amplia variedad de productos y servicios. Algunos de los principales competidores en este mercado son Auteco, Tecno Diesel, Korean Truck Parts, ElaParts y Diavia.

En términos de precios, el mercado de repuestos para tractores y camiones en Colombia es altamente competitivo, con precios que varían dependiendo de factores como la

marca, la calidad y la disponibilidad de las piezas. Las empresas que ofrecen precios competitivos al tiempo que mantienen un alto nivel de calidad y servicio al cliente tienen probabilidades de tener éxito en este mercado. Una de las principales tendencias del mercado es la creciente demanda de piezas de repuesto de alta calidad que pueden ayudar a prolongar la vida útil de los vehículos y reducir los costes de mantenimiento. Como resultado, muchas empresas se están centrando en desarrollar y ofrecer piezas de recambio de primera calidad que cumplan o superen las normas de los fabricantes de equipos originales. (Revista Semana, 2023)

- **Auteco:** Auteco es una empresa colombiana especializada en la producción y distribución de recambios y accesorios para camiones y tractores pesados. La empresa ofrece una amplia gama de productos, incluidos componentes de motor, piezas de transmisión y sistemas hidráulicos. Auteco está bien posicionada en el mercado gracias a su extensa red de tiendas y centros de distribución en todo el país, así como a sus precios competitivos y productos de alta calidad.

Sus ventajas competitivas incluyen su gran inventario de piezas y su excelente servicio al cliente.

- **Tecno Diesel:** Tecno Diesel es una empresa colombiana especializada en la producción y distribución de repuestos para camiones y tractores. La empresa ofrece una amplia gama de productos, incluidos componentes de motor, piezas de suspensión y sistemas eléctricos. Tecno Diesel está bien posicionada en el mercado gracias a su amplia red de tiendas y centros de distribución en todo el país, así como a sus precios competitivos y productos de alta calidad.

Sus ventajas competitivas incluyen su apuesta por la innovación y su capacidad para

ofrecer soluciones personalizadas que satisfagan las necesidades específicas de sus clientes

- **Korean Truck Parts:** es una empresa colombiana especializada en la producción y distribución de repuestos para camiones y tractores pesados coreanos. La empresa ofrece una amplia gama de productos, incluidos componentes de motor, piezas de frenos y piezas de suspensión. KOREAN TRUCK PARTS está bien posicionada en el mercado gracias a su especialización en camiones pesados coreanos, así como a sus precios competitivos y productos de alta calidad

Sus ventajas competitivas incluyen su experiencia en camiones coreanos y su capacidad de ofrecer soluciones personalizadas para satisfacer las necesidades específicas de sus clientes.

- **Ela Parts:** Es una empresa colombiana especializada en la producción y distribución de repuestos para camiones pesados y tractores. La empresa ofrece una amplia gama de productos, incluidos componentes de motor, piezas de transmisión y piezas de suspensión. Ela Parts está bien posicionada en el mercado gracias a sus precios competitivos y productos de alta calidad, así como a su excelente servicio.

Sus ventajas competitivas incluyen su gran inventario de piezas y su capacidad para ofrecer entregas en el mismo día a clientes de algunas zonas.

- **Diavia:** Es una empresa colombiana especializada en la producción y distribución de repuestos y accesorios para camiones pesados y tractores. La empresa ofrece una amplia gama de productos, incluidos sistemas de aire acondicionado, sistemas de refrigeración y sistemas eléctricos. Diavia está bien posicionada en el mercado gracias a su especialización en sistemas de aire acondicionado y refrigeración, así como a sus precios competitivos y productos de alta calidad.

Sus ventajas competitivas incluyen su experiencia en sistemas de aire acondicionado y

refrigeración y su capacidad de ofrecer soluciones personalizadas para satisfacer las necesidades específicas de sus clientes

En general, estas empresas están bien posicionadas en el mercado debido a su amplia oferta de productos, sus precios competitivos y sus productos y servicios de alta calidad. Sus ventajas competitivas incluyen sus amplias redes de tiendas y centros de distribución, su especialización en tipos específicos de piezas, su capacidad para ofrecer soluciones personalizadas y su excelente servicio de atención al cliente.

1.4 Análisis DAFO Debilidades:

- La empresa maneja gran porcentaje de repuestos FUSO; debido a que en la zona hay muy pocos vehículos de esta marca, la empresa se ha visto afectada en la venta de estos repuestos
- Paso Vehicular: Con esto, se refiere al tamaño del mercado; al número de vehículos que hay en la zona los cuales pueden atender.

Amenazas:

- Existen en el sector varios mercados de partes homologadas, lo cual puede causarnos una afectación debido a que nos distinguimos por venta de repuestos originales y una venta de repuestos homologados puede llamar la atención del cliente ya que sus precios son más asequibles.

Fortalezas:

- Algo que nos fortalece como empresa es nuestro foco en las postventas, ya que mantenemos la relación con nuestros clientes luego de realizada la compra.
- Se conoce como empresa con distintos y gran variedad de clientes nacionales.


- Tenemos un gran stock de partes de desgaste.
- Nuestros trabajadores y nuestra empresa se caracterizan por tener un amplio y claro conocimiento de los productos que se ofrecen.
- Manejamos una amplia gestión con talleres locales.

Oportunidades:

- Para empezar a tener un crecimiento más grande como empresa, buscamos manejar mercados de segunda, tener renovación de flotas y adicional a esto manejar segundas marcas.

1.5 Análisis Audiencia (buyer persona)

Ilustración # 1 Buyer persona

 <p>Manuel Hernandez</p> <p>Edad 46</p> <p>Genero Masculino</p> <p>Ocupación Jefe de Mantenimiento de flota de transporte</p> <p>Educación Tecnico en ingenieria mecanica</p> <p>Ubicación Duitama</p> <p>States Casado con 2 hijos</p>	<p>GENERAL INFORMATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es Jefe del Area de mantenimiento de la flota de transporte de una empresa transportadora • Trabaja en la misma compañía desde hace 15 años • Esta casado y tiene 2 hijos (13 y 11 años) • Salario de 3,100,000 mensual • Vive en la ciudad de Duitama con su esposa e hijos 	<p>IDENTIFICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es muy estricto, sabe tratar con las personas • Tiene muchas personas a su cargo, siempre las trata con amabilidad, tanto a las personas en la empresa en la que trabaja y con quienes negocia • Es un muy buen negociante y tiene un buen uso de las nuevas tecnologías, es por esto que prefiere recibir correos y tener impreso unicamente cosas de extrema importancia 	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lograr los mejores negocios de partes y respuestos para el mantenimiento de la flota de transporte de su empresa • Lograr mejorar la flota de transporte de su empresa para lograr mejores y mayores ingresos para la empresa • Lograr tener los suficientes ingresos para sostener a su familia y brindarles las mejores comodidades y el mejor estudio a sus hijos 	<p>QUEJAS COMUNES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Me preocupa que los repuestos que consiga no sean originales y sean demasiado caros
	<p>RETOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene mucho trabajo y aunque quiere pasar tiempo en familia no lo logra • No consigue los repuesto que necesita originales y a buen precio en un lugar cerca a la empresa • No lograr pasar tiempo con su familia y brindarles a su hijos la educación y las cosas que necesitan • No cumplir con las expectativas de su puesto en la empresa y lograr que esta tenga meores y mayores ingresos para poder conservar su puesto. 	<p>¿CÓMO PODEMOS AYUDAR?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilitarle un servicio con los mejores repuesto originales para la flota de transporte de su empresa • Brindarle un servicio de calidad en mantenimiento de su flota de transporte y así obtener un mayor reconocimiento por parte de sus jefes 	<p>COMENTARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • "Como quisiera conseguir repuestos originales a un buen precio y no afectar el presupuesto de la compañía" • "Deseo compartir mas tiempo con mi familia y conseguir un aumento para mejorar su estilo de vida, y no pasar tanto buscando buenos repuestos y buen mantenimiento" 	<ul style="list-style-type: none"> • Me preocupa que no pase tanto tiempo en familia porque tengo que estar muy pendiente del mantenimiento de la flota de transporte porque ninguna empresa me ha brindado un servicio de buena calidad

Nota: la figura nos muestra la elaboración de nuestro Buyer persona.

Fuente: elaboración propia

1.6 Objetivos

- Aumentar en un 70% el tráfico de nuestra página web en 6 meses.
- Crear una página de Instagram para tener una mejor interacción con nuestros clientes logrando 600 en nuestros primeros 3 meses.
- Aumentar nuestros seguidores de 350 a 500 seguidores en nuestra página de Facebook en un plazo de 3 meses.
- Incrementar nuestros ingresos en un 10% en 1 año por medio de nuestra pasarela de pagos de nuestra página web.

2. Estrategia

Nuestra idea es dar a conocer a Tracto Camiones de las Américas en el mercado colombiano, enfocándonos en las personas de todo el sector de repuestos y transporte los cuales buscan calidad y seguridad para sus vehículos. Todo esto teniendo en cuenta nuestro objetivo que es acercarnos a nuestros clientes por medio de redes sociales para así incrementar nuestras ventas. (Instituto Europeo de Posgrados, 2018)

2.1 Estrategia de contenidos

Creación de un calendario editorial: Con la creación de este calendario, buscamos

Nota: La siguiente figura nos muestra el cronograma establecido para la empresa.

Fuente: elaboración propia

3. Resultados

3.1 Fase de Atracción

La fase de atracción en los KPIs busca medir el nivel de interés que genera la empresa a partir de cuántas personas son atraídas hacia la empresa y sus productos o servicios asimismo incluir métricas como el tráfico del sitio web, el número de impresiones publicitarias, la tasa de clics en los anuncios, la cantidad de seguidores en redes sociales los cuales nos permitirán medir la efectividad de la campaña de marketing. (Odsadmin, 2016)

Así mismo queremos implementar estrategias del Tráfico Orgánico. El SEO es una de las técnicas más efectivas para aumentar la visibilidad de la empresa en los motores de búsqueda, como Google. La empresa debe aplicar técnicas de SEO en sus contenidos, etiquetas, meta descripciones, etc. para mejorar su posicionamiento en los resultados de búsqueda. (Ivars, 2017)

Ilustración # 3 Fase de atracción

Nota: La siguiente figura nos muestra la fase de atracción establecida para la empresa.

Fuente: elaboración propia

$$\frac{\text{Total de interacciones}}{\text{Impresiones totales}} \times 100$$

$$\frac{\text{Total de interacciones}}{\text{Número de seguidores}} \times 100$$

3.2 Fase de Consideración

Con los KPIs de consideración a partir de las métricas como el tiempo promedio que el usuariopasa en el sitio web de la empresa, la cantidad de páginas visitadas por sesión, la tasa de rebote, el número de descargas de contenidos de la empresa buscaremos medir el nivel de interés y compromiso que los clientes potenciales tienen con sus productos o servicios, así como la eficacia de sus estrategias de marketing para influir en su decisión de compra. (MARATUM: Marketing a tu medida, 2022)

Ilustración # 4 Fase de consideración

Nota: La siguiente figura nos muestra la fase de consideración establecida para la empresa.

Fuente: elaboración propia

$$\frac{\text{Número de conversiones realizadas}}{\text{Total de visitas}} \times 100$$

3.3 Fase de decisión

Los KPIs de decisión que nos serán útiles para medir la eficacia de nuestras campañas son la tasa de conversión, el valor promedio de la orden, la tasa de retorno de clientes, con estos indicadores buscamos que la empresa pueda medir la efectividad de sus estrategias de marketing y ventas para persuadir a los clientes potenciales a realizar una compra. (LOFTON Servicios Integrales, 2021)

$$\text{Volumen de compras por cliente} = (\text{Total de compras} / \text{Total de clientes}) \times 100$$

$$\text{Coste de adquisición de cliente/conversión} = \text{Gastos en marketing} / \text{Nuevos clientes}$$

3.4 Fase de retención

Durante la fase de retención planeamos tomar dos KPIs el de satisfacción del cliente y la tasa de recomendación ya consideramos productivos para medir los procesos anteriores y así

medir la lealtad de nuestros clientes y la efectividad de sus estrategias de fidelización a partir de la entrega de una excelente experiencia del cliente, el ofrecimiento de descuentos exclusivos

Cuota de mercado relativa = $(\text{Ventas de la empresa} / \text{Ventas totales del mercado}) \times 100$

Rotación de stock = $(\text{Consumo} / \text{Existencias}) \times 100$

Índice de fidelización = $(\text{N}^\circ \text{ de clientes} \times \text{n}^\circ \text{ de compras totales}) / 100$

y la personalización de la comunicación

Presupuesto

Ilustración #5 Presupuesto

PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING			
Subtotal proyectado a \$ 75.820.000,00 la fecha:			
TIPO DE CAMPAÑA	CANT	COSTO POR UNIDAD PROYECTADO	SUBTOTAL PROYECTADO
Nacional			SUBTOTAL \$ 6.000.000,00
Vallas Publicitarias	5	\$ 1.200.000,00	\$ 6.000.000,00
			\$ -
Local			SUBTOTAL \$ 900.000,00
In-Store Marketing (print)	1000	\$ 900,00	\$ 900.000,00
			\$ -
Relaciones Públicas			SUBTOTAL \$ 16.000.000,00
Public Events	2	\$ 3.000.000,00	\$ 6.000.000,00
Client Events	1	\$ 10.000.000,00	\$ 10.000.000,00
			\$ -
Social Media			SUBTOTAL \$ 19.200.000,00
Twitter	12	\$ 400.000,00	\$ 4.800.000,00
Facebook	12	\$ 400.000,00	\$ 4.800.000,00
Instagram	12	\$ 400.000,00	\$ 4.800.000,00
LinkedIn	12	\$ 400.000,00	\$ 4.800.000,00
Online			SUBTOTAL \$ 24.720.000,00
Website	12	\$ 1.000.000,00	\$ 12.000.000,00
Mobile App	12	\$ 680.000,00	\$ 8.160.000,00
Email post venta	12	\$ 380.000,00	\$ 4.560.000,00
			\$ -
Web			SUBTOTAL \$ 6.000.000,00
SEO	12	\$ 500.000,00	\$ 6.000.000,00
			\$ -
Investigación de mercados			SUBTOTAL \$ 2.400.000,00
Surveys	1000	\$ 1.200,00	\$ 1.200.000,00
Impact Studies	1	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
			\$ -
Otros			SUBTOTAL \$ 600.000,00
Business Cards	10000	\$ 60,00	\$ 600.000,00

1

Nota: La siguiente ilustración nos muestra el presupuesto que se realizó para la empresa.

Fuente: elaboración propia

4. Bibliografía

- Benedetti, A. (2020) *Cómo potenciar Tus Ventas en instagram y facebook guía práctica y de acción para capacitar a pymes, emprendedores Y líderes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires:Editorial Temas.
- De Posgrado, I.E. (ed.) (2018) *Principales Estrategias del marketing digital* - Instituto Europeo de Posgrado, Instituto Europeo de Posgrado – Instituto Europeo de Posgrado. Available at: <https://www.iep.edu.es/principales-estrategias-del-marketing-digital/> (Accessed: 10 June 2023).
- Ipaee, Z. (ed.) (no date) *9 Estrategias de Marketing Digital Para Potenciar Tu Negocio*, Zegel IPAE. Available at: <https://www.zegelpae.edu.pe/blog/9-estrategias-de-marketing-digital-para-potenciar-tu-negocio> (Accessed: 10 June 2023).
- Ivars, A. (2019, diciembre 17). *KPIs en redes sociales: qué son y cómo definirlos*. Ana Ivars. Marketing, M. (2022) *La Importancia del sitio web para una empresa*, Maratum. Available at:<https://maratum.com/importancia-pagina-web-para-empresa/#:~:text=La%20p%C3%A1gina%20web%20de%20la,la%20oferta%20para%20los%20consumidores>. (Accessed: 10 June 2023).
- Melo, A. (2019) *Cuál es la importancia de las redes Sociales para Una Empresa, Cuál es la importancia de las redes sociales para una empresa*. Available at: <https://blog.inmarketing.co/blog/cual-es-la-importancia-de-las-redes-sociales-para-una-empresa> (Accessed: 10 June 2023).
- Odsadmin (2016) *La importancia de Contar con una página web de TU Empresa*, Impulsa Popular | Banco Popular Dominicano. Available at: <https://impulsapopular.com/marketing/la-importancia-de-contar-con-una-pagina-web-de-tu-empresa/> (Accessed: 10 June 2023).

- Semana, R. (2023) El sector de Repuestos y Servicios de Posventa Para Vehículos
Proyecta un crecimiento para el 2023, Semana.com Últimas Noticias de Colombia y
el Mundo. Available at:
[https://www.semana.com/finanzas/consumo-inteligente/articulo/el-
sector-de-
repuestos-y-servicios-de-posventa-para-vehiculos-proyecta-un-
crecimiento-para-el-2023/202345/](https://www.semana.com/finanzas/consumo-inteligente/articulo/el-sector-de-repuestos-y-servicios-de-posventa-para-vehiculos-proyecta-un-crecimiento-para-el-2023/202345/) (Accessed: 10 June 2023).
- Servicios, L. (2021) ¿Por qué es importante tener presencia en redes sociales?, Lofton
Servicios Integrales Despacho Contable y Jurídico. Available at:
[https://loftonsc.com/marketing-digital-blog/por-que-es-importante-tener-
presencia-
en-redes-
sociales/#:~:text=Las%20redes%20sociales%2C%20principalmente%2C%20son,
que%20se%20encuentre%20nuestra%20empresa.](https://loftonsc.com/marketing-digital-blog/por-que-es-importante-tener-presencia-en-redes-sociales/#:~:text=Las%20redes%20sociales%2C%20principalmente%2C%20son,que%20se%20encuentre%20nuestra%20empresa.) (Accessed: 10 June 2023).
- Tractocamiones de las Americas. (23 de marzo de 2012). Obtenido de Tractocamiones de las
Americas: <https://www.tractoamericas.com>