

Redes sociales y logística: la ecuación perfecta para internacionalizar tu marca

Recopilado por el Staff de El Inversionista

“De la vista nace el amor...” y hoy, ese amor puede cruzar fronteras con sólo un par de clics. En redes sociales, cada video, cada foto o historia pueden ser el comienzo de algo grande: que alguien, en otro país, se enamore de lo que haces. Ya sea una pieza de arte, un textil bordado a mano, una salsa con la receta familiar o una vela con esencia a México. En segundos, una publicación puede generar deseo, inspirar y convertir la curiosidad en una compra. Hoy más que nunca, las redes sociales ya no sólo entretienen, también venden. Y con la logística correcta, pueden conectar tus productos con nuevas audiencias y mercados globales. TikTok, Instagram, Facebook y YouTube se han convertido en un escaparate digital muy poderoso para comenzar a exportar tus productos ya que permiten mostrarle lo que haces a miles de personas y amplificar tu contenido de forma exponencial. Según un estudio de Capgemini (2024), alrededor del 46% de los consumidores Gen Z y el 44% de los Millennials, descubren productos a través de redes sociales. Además, más de la mitad de quienes han comprado por esta vía (56%) buscan reseñas confiables en sus feeds, y el 53% reconoce que contenidos como stories, reels, transmisiones en vivo y recomendaciones de influencers aceleran su decisión de compra. Tan solo en México, estas plataformas están transformando el comercio minorista ya que un 41% de las Pymes manejan su negocio a través de redes sociales y un sorprendente 82% de los emprendedores consideran que estas plataformas son esenciales para su estrategia de ventas. Los datos no mienten, las redes

sociales se han convertido en canales de venta por sí mismos. Sin embargo, son sólo la primera mitad de la ecuación. La segunda es la logística, ese puente invisible que conecta a los vendedores con sus clientes al transformar algo digital en un producto entregado, pero ¿cómo lograrlo? Aquí tienes cinco pasos para comenzar a aprovechar estas plataformas digitales y exportar tus productos.

Identifica el mercado y tu producto con más potencial de exportación

Antes de mostrar tu producto en redes, vale la pena detenerse un momento y definir a qué país quieres llegar, cuáles son los gustos y hábitos de consumo allá, qué productos similares al tuyo se están vendiendo y cómo se presentan. Explorar el mercado de destino te puede ayudar a identificar qué productos tienen más potencial de exportación. Observa qué productos generan más interacción en tus redes

con usuarios de otros países. También considera temas prácticos como que sea un producto fácil de embalar, que no necesite permisos complejos o tenga restricciones arancelarias.

Elige la plataforma social adecuada para tu producto y audiencia

No todas las redes sociales funcionan igual para todos los productos ni públicos. Por ejemplo, TikTok es ideal para contenido dinámico, visual y con potencial viral, perfecto para productos creativos o de consumo rápido. Instagram funciona muy bien para mostrar detalles estéticos, como piezas de arte, moda o gastronomía. Facebook suele tener una audiencia más amplia y diversa, mientras que YouTube es excelente para tutoriales y contenido educativo más profundo. Evalúa en dónde se encuentra la audiencia a la que quieres llegar y cuál es la plataforma que facilita la

interacción y compra de productos similares al tuyo. Adaptar tu estrategia a la red social correcta maximiza el alcance y la efectividad.

Ten una estrategia logística desde el inicio

Las redes sociales despiertan el interés, pero es la logística la que lo vuelve real. Muchos compradores potenciales se desaniman cuando no encuentran información clara sobre envíos, tiempos de entrega o formas de pago. Es clave mostrar desde el inicio tiempos estimados de entrega, opciones de rastreo y métodos de pago seguros. Esto no sólo genera confianza, también mejora la experiencia del cliente. Diseñar una estrategia logística desde el principio, con el respaldo de un socio como UPS, puede ayudarte a ofrecer soluciones personalizadas, desde entregas urgentes hasta alternativas más accesibles. Comienza por enviar a los destinos donde ya estás generando conversación con tus productos y haz que esa primera entrega sea tan buena como el contenido que la inspiró.

Automatiza la atención y el seguimiento

Una comunicación rápida y clara es fundamental para generar confianza en tus clientes. Aprovecha las herramientas que ofrecen las redes sociales para responder automáticamente las preguntas más frecuentes sobre tus envíos, tiempos de entrega y zonas de cobertura. Esto no sólo mejora la experiencia del cliente, sino que también te permite ahorrar tiempo y recursos. Además, puedes utilizar notificaciones proactivas que mantengan a tus

