



**Universidad del  
Rosario**

**Soluciones Logísticas SIMPOL**

**Trabajo de Grado**

**Rafael Eduardo Puerto León  
Tomas Restrepo Benalcazar  
Juan Nicolas García Duarte  
Carolina Plata Pinto**

**Escuela de Administración  
Administración en Logística y Producción  
Universidad del Rosario**

**Bogotá D.C  
2023**



**Soluciones Logísticas SIMPOL**

**Trabajo de Grado**

**Rafael Eduardo Puerto León  
Tomas Restrepo Benalcázar  
Juan Nicolas García Duarte  
Carolina Plata Pinto**

**Viviana Carolina Romero Peralta**

**Escuela de Administración  
Administración en Logística y Producción  
Universidad del Rosario**

**Bogotá - Colombia  
2023**

### Declaración de Originalidad y Autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “Soluciones Logísticas SIMPOL”, en la opción de grado de Pade 2 y que por lo tanto, su contenido es original.

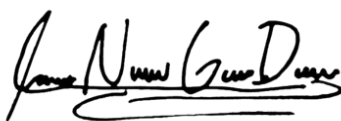
Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

#### Firma digital

Tomás Restrepo Benalcázar



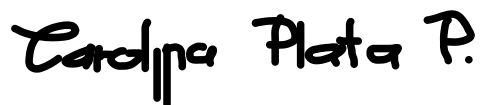
Juan Nicolás García Duarte



Rafael Eduardo Puerto León



Carolina Plata Pinto



## Declaración de Originalidad y Autonomía

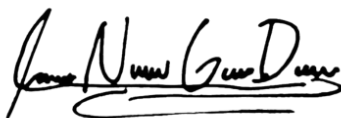
Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

### Firma Digital

Tomás Restrepo Benalcázar



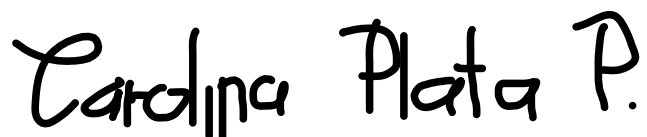
Juan Nicolás García Duarte



Rafael Eduardo Puerto León



Carolina Plata Pinto



## Tabla de Contenido

<b>Resumen.....</b>	<b>11</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>12</b>
<b>1. Objetivos Presentación y Resumen .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Objetivo general .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 Objetivos específicos .....</b>	<b>13</b>
<b>2. Presentación del producto.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Concepto del Producto.....</b>	<b>14</b>
<b>2.2 Cuadro de planeación estratégica del producto .....</b>	<b>15</b>
<b>3. Análisis Digital de la Competencia.....</b>	<b>16</b>
<b>4. Definición del Buyer de Persona.....</b>	<b>19</b>
<b>5. Línea de Contenidos para la Estrategia Digital .....</b>	<b>20</b>
<b>5.1 Objetivos de la estrategia de contenidos .....</b>	<b>20</b>
<b>5.2 Mix de la estrategia de contenidos .....</b>	<b>21</b>
<b>5.2.1 Estrategia de Contenido de Comunidad.....</b>	<b>22</b>
<b>5.2.2 Estrategia de contenido de marketing .....</b>	<b>22</b>
<b>5.2.3 Estrategia de contenidos de interacción .....</b>	<b>23</b>
<b>6. Posicionamiento SEO.....</b>	<b>23</b>
<b>6.1 Listado Keywords para la navegación en internet.....</b>	<b>23</b>
<b>6.2 Selección de la Keyword primaria y listado de contenido entorno a la palabra clave .</b>	<b>24</b>
<b>6.3 Optimización del contenido respecto a la keyword primaria .....</b>	<b>24</b>
<b>7. Anuncio de Pago SEM.....</b>	<b>24</b>
<b>8. Página Web.....</b>	<b>28</b>
<b>8.1 Nuestros Servicios .....</b>	<b>28</b>
<b>8.2 Chat Bot .....</b>	<b>29</b>
<b>8.3 Sobre Nosotros.....</b>	<b>30</b>
<b>8.4 Cotizaciones.....</b>	<b>33</b>
<b>8.5 Blog.....</b>	<b>34</b>
<b>8.6 PQRs.....</b>	<b>35</b>
<b>8.7 Sección de Experiencias .....</b>	<b>35</b>
<b>9. Publicidad y anuncios de internet .....</b>	<b>36</b>

<b>9.1. Pop-Up – Suscripción</b> .....	<b>36</b>
<b>9.2. Página web - Vinculación a redes sociales</b> .....	<b>37</b>
<b>10. Redes Sociales</b> .....	<b>39</b>
<b>10.1 LinkedIn</b> .....	<b>39</b>
<b>10.2. Instagram</b> .....	<b>40</b>
<b>11. Estrategias de Marketing de Proximidad</b> .....	<b>42</b>
<b>11.1 Correo electrónico</b> .....	<b>42</b>
<b>12. Acciones de Omnicanalidad Dentro de la Estrategia</b> .....	<b>43</b>
<b>12.1. Código QR</b> .....	<b>43</b>
<b>13. Conclusiones</b> .....	<b>43</b>
<b>14. Referencias Bibliográficas</b> .....	<b>45</b>

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1. Análisis de competencia de Meloon y Liftit</b> .....	17
<b>Tabla 2. Análisis de competencia de SIMPOL</b> .....	18
<b>Tabla 3. Contenidos Tópicos</b> .....	21

## Lista de Figuras

<b>Figura 1. Logo SIMPOL.....</b>	<b>14</b>
<b>Figura 2. Cuadro de planeación estratégica parte 1.....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 3. Cuadro de planeación estratégica parte 2.....</b>	<b>16</b>
<b>Figura 4. Buyer persona SIMPOL.....</b>	<b>19</b>
<b>Figura 5. Contenido de Embudo.....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 6. Ejemplo SEM computador 1.....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 7. Ejemplo SEM computador 2.....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 8. Ejemplo SEM móvil 1.....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 9. Ejemplo SEM móvil 2.....</b>	<b>27</b>
<b>Figura 10. Ejemplo SEM móvil 3.....</b>	<b>28</b>
<b>Figura 11. Nuestros Servicios.....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 12. Chat Bot.....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 113. Sobre nosotros.....</b>	<b>31</b>
<b>Figura 14. Sobre nosotros 2.....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 15. Cotizaciones.....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 16 - Blog.....</b>	<b>34</b>
<b>Figura 17 - PQR's.....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 18 - Experiencias.....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 19 - Pop- Up Marketing – Página Web.....</b>	<b>37</b>
<b>Figura 20 - Página web – Objetivo de atracción- Descuento en la primera compra.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 21 - Eventos vía LinkedIn.....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 22 - Post vía Instagram.....</b>	<b>40</b>
<b>Figura 23 - Post vía Instagram 2.....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 24 - Post vía Instagram 3.....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 25 - Post vía Instagram 3.....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 26 - Post vía Instagram 4.....</b>	<b>42</b>
<b>Figura 27 - Código QR.....</b>	<b>43</b>

## Glosario

B2B: “abreviatura de business-to-business (de negocio a negocio) y hace referencia al intercambio de servicios, información y/o productos de una empresa a otra” (Arimetrics, s.f.). En este sentido, es un modelo de negocio en el cual las transacciones se llevan a cabo entre empresas directamente.

KPI: “Un KPI, sigla que proviene de la frase en inglés key performance indicator (indicador clave de rendimiento), es una métrica cuantitativa que muestra cómo tu equipo o empresa progresa hacia tus objetivos empresariales más importantes” (Martins, J., 2022). Con estas métricas se puede obtener información relevante a la hora de tomar decisiones y establecer objetivos en los proyectos.

Landing Page: “Una Landing Page (página de aterrizaje) es una página dentro de un sitio web, desarrollada con el único objetivo de convertir los visitantes en Leads o prospectos de ventas por medio de una oferta determinada. Generalmente, tiene un diseño más sencillo, con pocos enlaces e informaciones básicas sobre la oferta, además de un formulario para realizar la conversión” (Blanco, E., 2023). Usualmente, se enfoca en una oferta única y elimina distracciones con el fin de aumentar el tráfico y las conversiones en ventas.

Net Performance Score: “es un indicador que se utiliza en los programas de experiencia del cliente. Sirve para determinar la lealtad de los clientes a una empresa. Se mide a través de una encuesta que tiene una única pregunta y se informa con un número que va de -100 a +100” (Qualitrics, 2020). En otras palabras, evalúa que tan satisfecho y que grado de recomendación da un cliente de un producto.

Posicionamiento Orgánico: “... lugar que aparece una web entre los resultados de búsqueda no pagados de Google y otros buscadores cuando un usuario busca una palabra clave en concreto”. (Cardona, L., 2020)

Pymes: “El término Pyme hace referencia al grupo de empresas pequeñas y medianas con activos totales superiores a 500 SMMLV y hasta 30.000 SMMLV” (Bancoldex, s.f.).

Usualmente, suelen contar con un número reducido de empleados y sus ventas suelen ser moderadas.

SEO: “SEO o search engine optimization por sus siglas en inglés, se define como el conjunto de acciones orientadas a mejorar el posicionamiento orgánico de un sitio web, es decir,

determina la posición de un sitio web en las SERPs” (Segovia, M., 2021). En otras palabras, que el sitio web de tu organización logre estar entre los primeros resultados en buscadores como Google.

SEM: “De manera general, llamamos SEM al conjunto de herramientas, técnicas y estrategias que nos ayudan a optimizar la visibilidad de sitios y páginas web a través de los motores de los buscadores” (Ciberclick, 2022). Básicamente, engloban campañas de anuncios pagos en motores de búsqueda con el fin de tener un mejor posicionamiento en los resultados de búsqueda cuando el usuario digita una palabra clave relacionada a las de nuestro negocio.

SERPs: “Una página de resultados o SERP (por sus siglas en inglés "Search Engine Result Page") es la site donde los buscadores como Google muestran los mejores resultados en respuesta a la consulta de un usuario o usuaria”. (Seobility, s.f.)

Ultima Milla: “... suele corresponder al trayecto que se hace una vez se han agrupado una serie de paquetes y que luego se distribuyen en la ciudad” (Ciberclick, 2022). Lo que quiere decir, que es el ultimo recorrido que lleva el producto al cliente final.

## Resumen

El presente trabajo de grado tiene como objetivo aplicar estrategias digitales, de marketing y de operación digital aprendidas en la asignatura PADE (Programa Avanzado de Dirección de Empresas) al modelo de negocio SIMPOL, esta es una organización que ofrece soluciones logísticas de recolección, transporte, almacenamiento, empaquetado y distribución de mercancías para pequeñas empresas y/o emprendimientos. Por otro lado, SIMPOL busca ofrecer un servicio mucho más fácil y ágil para el consumidor final, brindando **trackeo** completo en cada momento, seguridad en cada envío, servicio en horarios amplios y cumplimiento de los tiempos establecidos.

Durante la realización del trabajo detallamos los principales temas a abordar para el desarrollo de la estrategia digital de SIMPOL. Inicialmente, se establecieron los objetivos del proyecto, luego se desarrolló un análisis tanto del sector como de algunos de los principales competidores de nuestro modelo de negocio donde se pudo determinar cuál sería el enfoque de la estrategia digital y que aspectos deben ser fortalecidos digitalmente hablando. Todo esto, con el fin de posicionar exitosamente a SIMPOL dentro del mercado digital. Se tuvieron en cuenta estrategias de posicionamiento SEO, contenido de embudo, redes y pagina web y entre otras.

**Palabras Claves:** SIMPOL, última milla, entregas, paquetería, envíos, urbano, menos de un día, logística, inmediatez, productos, emprendedor, empaquetado, ruta, tiempo, tecnología, mensajería, principales ciudades de Colombia.

## **Abstract**

The objective of this degree work is to apply digital, marketing and digital operation strategies learned in the PADE subject (Advanced Business Management Program) to the SIMPOL business model, this is an organization that offers logistics solutions for collection, transportation, storage, packaging and distribution of merchandise for small businesses and/or ventures. On the other hand, SIMPOL seeks to offer a much easier and more agile service for the end consumer, providing complete tracking at all times, security in each shipment, service during extended hours and compliance with established times.

During the work we detailed the main topics to be addressed for the development of SIMPOL's digital strategy. Initially, the objectives of the project were established, then an analysis of both the sector and some of the main competitors of our business model was developed where it was possible to determine what the focus of the digital strategy would be and what aspects should be strengthened digitally speaking. All this, in order to successfully position SIMPOL within the digital market. SEO positioning strategies, funnel content, networks and website, among others, were taken into account

**Key words:** SIMPOL, last mile, deliveries, parcels, shipments, urban, less than a day, logistics, immediacy, products, entrepreneur, packaging, route, time, technology, courier, main cities in Colombia.

## **1. Objetivos Presentación y Resumen**

### **1.1 Objetivo general**

El objetivo general se centra en el inicio y desarrollo de una empresa de envíos de última milla llamada SIMPOL enfocada al servicio a emprendedores - para esto, se creará una estrategia digital de Marketing, con la finalidad de conseguir los primeros clientes, crear comunidad, y empezar a medir el éxito con el fin de dar a conocer el producto, abarcar mercado e iniciar con los primeros envíos, el plan se centra en aumentar el conocimiento de marca y destacar el valor diferencial de nuestra empresa de logística entre emprendedores a través de YouTube, Google Ads y alianzas con emprendedores conocidos, en el primer mes de operación. Mediremos el éxito mediante el aumento del tráfico web, seguidores en redes sociales y leads generados.

### **1.2 Objetivos específicos**

Nuestros objetivos específicos se enfocan en 3 pasos: Atracción, Interacción y Conversión.

**Objetivo de Atracción / Acción:** Inicialmente, la idea es obtener los primeros 100 registrados aumentando la participación de los usuarios en la página web al alentar su registro, con el propósito de construir una base de datos y ofrecer asesoría para acercarnos a los clientes potenciales en el primer mes. Mediremos el éxito a través del aumento de usuarios registrados en la página, el crecimiento de la base de datos y el número de conversaciones con clientes potenciales que se hayan generado.

**Objetivo de Interacción:** A través de redes sociales, promociones y descuentos, agregar valor a nuestros clientes, alentándolos a utilizar más los servicios, interactuar con la marca en redes y uso de concursos, teniendo por lo menos 100 clientes en el sexto mes llegados a la plataforma mediante actividades de interacción, códigos de descuento o redes sociales.

Mediremos el éxito mediante el aumento en el número de interacciones en forma de comentarios, ventas, atracción a la página web o likes generados por los métodos de interacción.

Objetivo de Conversión: Aumentar la tasa de conversión de leads en clientes finales desde la página web o mediante conversaciones a partir de la transmisión del mensaje de marca para el tercer mes de operación manteniendo un 8% en este KPI. Mediremos el éxito mediante el seguimiento de cuántos leads generados a través de estas estrategias se convierten en clientes, demostrando la efectividad de nuestra propuesta de valor, y el uso del Net Performance Score.

## 2. Presentación del producto

### 2.1 Concepto del Producto

*Figura 1. Logo SIMPOL*

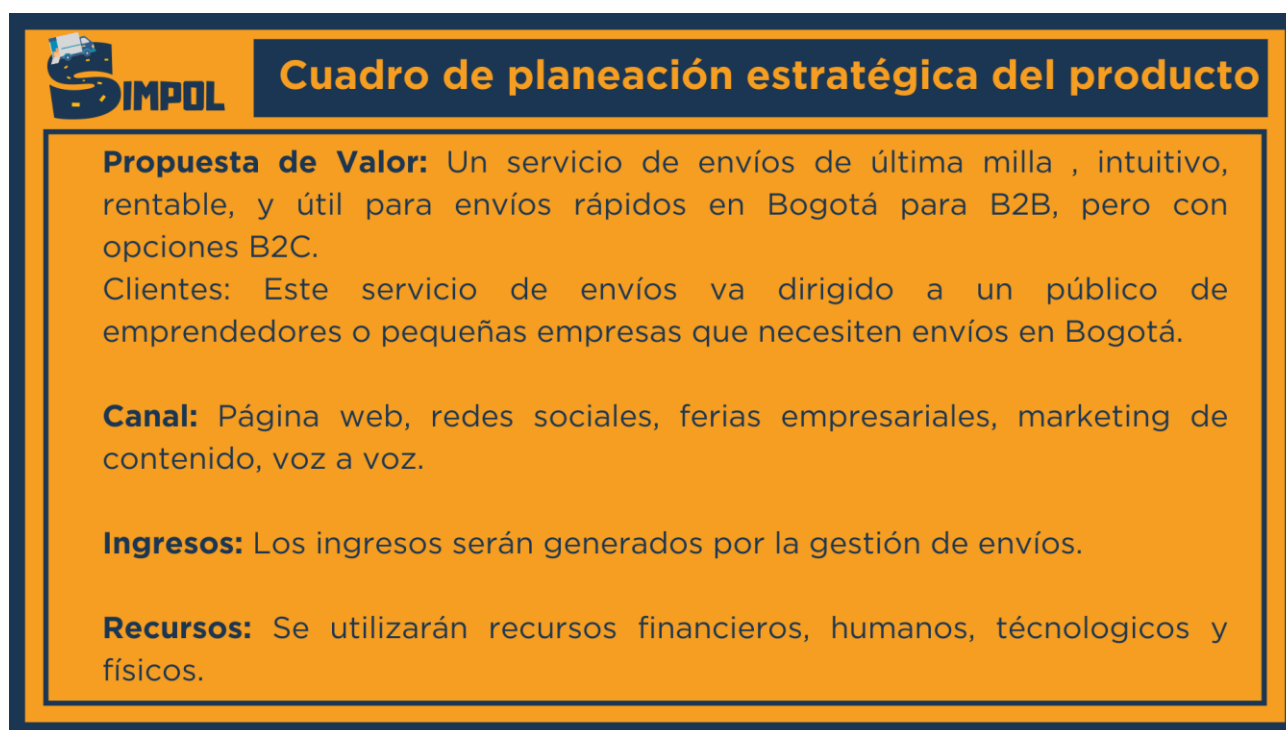


Fuente: Elaboración propia

SIMPOL es un servicio de última milla, enfocado al servicio a B2B de PYMES y startups o emprendedores, esta compañía tendrá un enfoque variado, según el servicio, con flota de motos, camiones, y *pick ups*. SIMPOL ofrece agendamiento online de envíos, cotizaciones, y planeación de paquetería. SIMPOL se convierte en la solución perfecta para emprendedores y PYMES, ya que, a diferencia de otras compañías de envíos, en SIMPOL se prestan soluciones rápidas y con una excelente relación calidad precio, SIMPOL se encarga de facilitar tanto la recogida como la entrega de paquetes, incluyendo el pago contra entrega de los mismo.

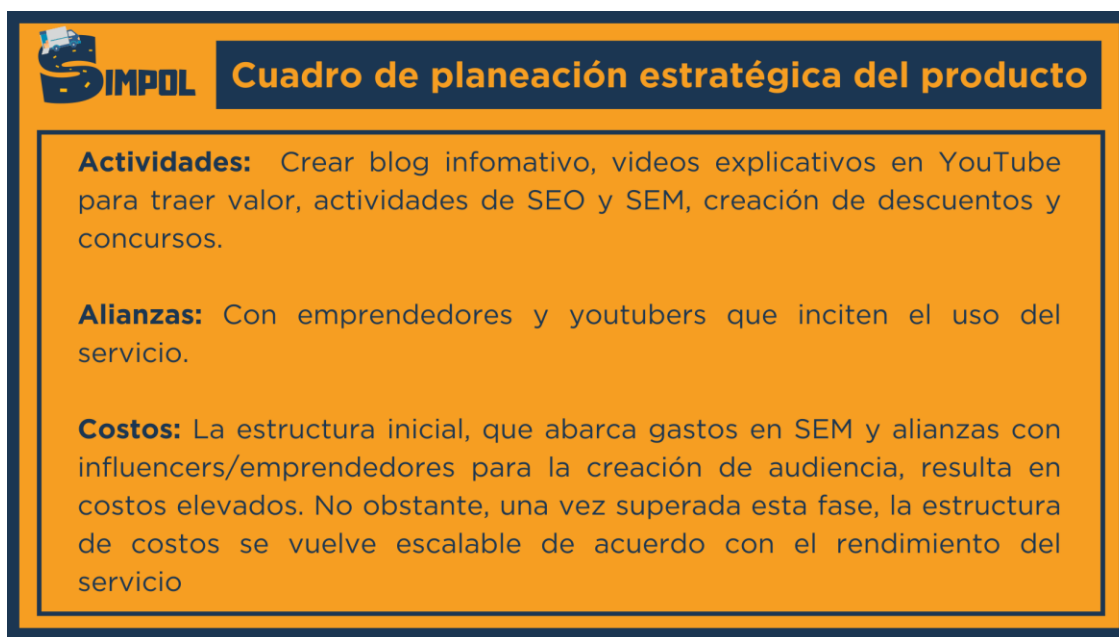
## 2.2 Cuadro de planeación estratégica del producto

Figura 2. Cuadro de planeación estratégica parte 1



Fuente: Elaboración propia

**Figura 3. Cuadro de planeación estratégica parte 2**



Fuente: Elaboración propia

### 3. Análisis Digital de la Competencia

- Meloon: es la empresa líder en el sector de última milla en el segmento B2B, se enfoca en las pymes, con un servicio alrededor del almacenaje, entrega y empaquetado de los productos. Su servicio se enfoca en cómo mejorar el sector logístico desde la tecnología y la implementación de software a los procesos tradicionales, ofreciendo soluciones con manejo de inventarios y generación de órdenes de compra para las empresas.
- Liftit: es un competidor directo de la empresa, al tener soluciones desde la innovación y eficiencia en tiempos, para la consecución de objetivos integran inteligencia artificial para el desarrollo de rutas e implementación en las respectivas cadenas de suministro. Para llevar a cabo su operación desarrollan trayectos en los que vincula a distintas empresas y entregan con la eficiencia estimada toda la carga y la mensajería.

**Tabla 1. Análisis de competencia de Meloon y Liftit**

Métrica	Meloon	Liftit
# Visitas	929.603	33.497
Promedio duración	2:13	1:58
# Pag. Vistas	2,23	1,93
Rebote	68,99%	25,28%
Tráfico por países	Colombia 49,96% México 49,2% Chile 0,26% USA 0,17% España 0,09%	Colombia 94,55% Ecuador 1,8% Kazakhstan 0,75% Perú 0,64%

Fuente: Elaboración propia

- Para considerar las variables a analizar, se empieza por el flujo de personas que pasan por las páginas, se escogieron dos empresas en momentos diferentes, una primera que ya está constituida y es pionera en términos de *fulfilling* en Colombia, este término refiriéndose a almacenaje, empaquetado y envío de productos varios. Meloon tiene visitas que lo posicionan cercano al millón, y es un mercado al que se quiere llegar a largo plazo desde la perspectiva de SIMPOL. Ahora bien, a partir de las cifras de Liftit, las cuales son cercanas a los 30 mil usuarios visitantes de la página, es necesario encontrar y entrar a analizar las razones por las cuales son números que están cortos a comparación de los de la competencia. El mercado objetivo sobre el que se trabajara en la estrategia de marketing digital debe tener como objetivo crear comunidad y alcance a partir de lo

desarrollado para adquirir cifras competentes en nuestra página web.

- El segundo tema a revisar son los tiempos sobre los que se trabaja dentro de la página, así como el promedio de páginas/visitas revisadas dentro de la industria a la que se va a competir con SIMPOL. Se tiene un tiempo promedio de 2 minutos, el cual se considera alto y debe apuntar a la retención del cliente a partir de herramientas como el chatbot planteado, así como el uso de estrategias del embudo como la recomendación para que lleguen a nuestra página. Por otro lado, se debe tener en cuenta los porcentajes de rebote a los que se puede enfrentar la industria en la que se entra, donde el principal competidor tiene un porcentaje cercano al 65%, por lo que se revisa el mockup de la página, y se permite analizar que la curva de aprendizaje para entender el servicio es amplia. Los porcentajes de Liftit son del 25% por el contrario, tienen mejor retención del cliente por lo que el modelo planteado considera algunas de sus disposiciones.

**Tabla 2. Análisis de competencia de SIMPOL**

<b>Diagnóstico SEO</b>	<b>Meloon</b>	<b>Liftit</b>
<b>Desempeño</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
<b>Móvil</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
<b>Seo</b>	<b>10</b>	<b>20</b>
<b>Seguridad</b>	<b>10</b>	<b>5</b>

Fuente: Elaboración propia

- A la hora de revisar el diagnóstico SEO de las compañías competentes, es necesario resaltar el buen manejo de seguridad en términos de página web, además, se presenta el primer reto a afrontar para la revisión y desarrollo del recurso propio. La curva de aprendizaje del uso del landing page es clara, para un futuro desarrollo de acciones de integración de comunidad y futura fidelización de los clientes, así como un correcto uso de la herramienta para dispositivos móviles, información dada a partir de la herramienta Website Grader. Cabe resaltar que ambas empresas analizadas tienen la mayoría de la disposición de sus estrategias orgánicas para llegar al público objetivo, por lo que hay

oportunidades respecto al buen uso de la estrategia de posicionamiento y un equilibrio entre las estrategias de conversión en SIMPOL

#### 4. Definición del Buyer de Persona

Figura 4. Buyer persona SIMPOL

**BUYER PERSONA**

**JHON ALEXANDER RUEDA CORREA**

- 21 años
- Emprendedor
- \$36.000.000 anuales

**ACERCA DE ÉL**

Jhon es una persona que le encanta viajar, ir a restaurantes y realizar cursos en sus tiempos libres. Disfruta de compartir tiempo con sus amigos y familia. Para él es importante tener un buen salario, tener buenas utilidades mediante su empresa y contar con tiempo libre para hacer lo que tanto le gusta. Por esto, Alexander Torrenegra lo motiva a mejorar.

**CONDUCTA ON-LINE**

Jhon es una persona completamente digital, debido a su generación y a su emprendimiento, dentro de su consumo diario on-line están, blogs de emprendimientos y exitos personales y profesionales. Usa mucho redes sociales como Instagram, Twitter y LinkedIn. Le encanta mantenerse informado por medio de: El Espectador, Twitter, El Tiempo, Portafolio, Instagram y LinkedIn.

**RESPONSABILIDAD LABORAL**

Vender un producto de alta calidad y asegurar a sus clientes que el producto llegara lo más pronto posible.

**APTITUDES**

- Planificación
- Resolución de Problemas
- Organización
- Comunicación Eficaz
- Paciencia

**MARCAS QUE SIGUE EN REDES SOCIALES**

amazon, shopify, DHL, serventrega, eriva

**¿POR QUÉ NOSOTROS?**

- Tiempos de entrega
- Facilidad en el proceso
- Resolvemos su incertidumbre
- Calidad del servicio
- Aseguramos tranquilidad y seguridad

Si quiere mayor información del buyer persona de click aquí

Fuente: Elaboración propia

El buyer elegido fue Jhon Alexander Rueda Correa, tiene 21 años, su estado civil es soltero, su condición laboral es independiente siendo dueño de su propio emprendimiento y sus ingresos anuales son de aproximadamente \$36.000.000 de pesos colombianos. En cuanto a sus gustos para ser feliz es compartir tiempo en familia, una vida financiera libre, ir a restaurantes y compartir tiempo entre amigos. Su forma de medir el éxito es mediante su salario, los rendimientos que genera su empresa y el tiempo libre que tiene. Es por esto, que las personas más influyentes en su vida son sus padres Alejandro Correa y Andrea Rueda. Además, de Alexander Torrenegra.

En términos de su conducta online, se encuentra que gasta entre 6-8 horas diarias en internet para mantenerse informado del mercado actual. Para ello, usa su celular y computador.

Donde utiliza sus redes sociales y revistas, para mantenerse informado como: Portafolio, Twitter, Instagram, El Tiempo, El Espectador y LinkedIn. Estos sitios online los usa para aprender de temas financieros, éxitos profesionales y emprendimientos. La información que más busca dentro de estas redes es: tendencias de productos en el mercado y formas de distribución. Por esta razón, las marcas que sigue son Amazon, Mercado libre, Shopify, DHL, Servientrega y Envía.


Dentro de su emprendimiento necesita realizar entregas de su producto en menos de 24 horas, asegurándole a su comprador que su producto estará lo más rápido posible en sus manos sin perder de ninguna forma la calidad de este. Siendo esta, una de las razones por las cuales ha tenido constantes problemas dentro de su emprendimiento pues ninguna de las empresas de envíos que ha contratado cumplen con ese plazo. Además, de prestar un servicio costoso.

## **5. Línea de Contenidos para la Estrategia Digital**

### **5.1 Objetivos de la estrategia de contenidos**

La estrategia de contenidos de Soluciones Logísticas SIMPOL está basada en desarrollar awareness de la marca en general por medio de campañas de marketing que contengan información valiosa respecto a temas relacionados con soluciones logísticas y su implementación y generar engagement y conversión por medio de estrategias basadas en contenido promocional y demostrativo de la oferta de valor.

### **Figura 5. Contenido de Embudo**

<p style="text-align: center;"><b>ATRACCIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blog Informativo: Si eres emprendedor, que la logística no sea un problema. Te enseñamos como manejarla.</li> <li>• Tips para saber el impacto financiero de la logística en un negocio.</li> <li>• Video Explicativo: Dejar tu trabajo no es una opción para montar un negocio.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>INTERACCIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibe un descuento en cada envío que este a menos de 5km de distancia.</li> <li>• Envíos mas veloces entre semana en horarios específicos.</li> <li>• Canal de YouTube: ¿Cómo funcionan los envíos? Explicación detallada.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>CONVERSIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada 100 envíos, recibe un 10% de descuento en los próximos 10.</li> <li>• Participa en un concurso para ganar beneficios, después de realizar cierta cantidad de envíos en un mismo día.</li> <li>• Asesoría gratuita al efectuar tu suscripción por primera vez.</li> </ul>	

Fuente: Elaboración propia

## 5.2 Mix de la estrategia de contenidos

**Tabla 3. *Contenidos Tópicos***

<b>MATRIZ DE CONTENIDO TOPICOS</b>	
<b>COMMUNITY</b>	<b>MARKETING</b>
Si eres emprendedor, que la logística no sea un problema. Te enseñamos a manejarla: Blog informativo.	Descuentos en cada envío que sea a menos de 5km de distancia. Un servicio logístico de cobertura completa.
Como la logística puede impactar financieramente tu negocio. Fotos o notas con tips.	Llevamos tus envíos en un día o menos. Se realizarán envíos más veloces entre semana y horarios específicos.

No dejar tu trabajo también es una opción para montar una empresa. Ven, te enseñamos. Video explicativo.	Contrata con nosotros y ten seguridad en tus envíos. Videos en YouTube explicando detalladamente cómo se realizan los envíos.
<b>INSTITUCIONAL</b>	<b>INTERACCIÓN</b>
	Concursa por un día de envíos gratis con Simple.
	Suscríbete a nuestra empresa por primera vez y recibe asesoría gratuita en tema de envíos en tu emprendimiento.
	Encuestas sobre la experiencia con nuestro servicio y evaluación de aspectos. Para incentivar su desarrollo las empresas que la realicen participarán por un descuento en los paquetes de envíos.

Fuente: Elaboración propia

### ***5.2.1 Estrategia de Contenido de Comunidad***

El objetivo del contenido de comunidad está dirigido a atraer indirectamente al cliente potencial enfocados en brindar información de interés a nuestros consumidores por medio de videos explicativos, blogs y notas de interés fáciles de digerir. Como se evidencia en el buyer persona, los consumidores están inclinados a la libertad financiera, tener buenos niveles de rentabilidad, eficacia en los procesos y le dan importancia a la realización de cursos informativos. Por lo que, por medio de esta estrategia se busca apelar a esto brindando soluciones a problemas financieros que se podrían presentar en servicios de este tipo y así, enrolar al cliente hacia nuestros servicios.

### ***5.2.2 Estrategia de contenido de marketing***

El contenido de la estrategia está basado en dar a conocer los atributos que ofrece nuestro servicio, generando promociones o descuentos en envíos cercanos, así como también, ofreciendo envíos más rápidos en horarios y días específicos. Por otro lado, SIMPOL aumentará su visibilidad demostrando cómo funciona el servicio ofrecido e informando a sus consumidores sobre cómo se mantiene la seguridad en cada paso; esto a través de una serie de vídeos atractivos y dinámicos para mantener interesado al cliente potencial.

### ***5.2.3 Estrategia de contenidos de interacción***

Esta estrategia tiene como objetivo hacer que el cliente potencial sienta que es relevante para nosotros como organización, para esto se realizarán promociones que beneficien a los consumidores, así como también, se brindarán servicios de apoyo o asesorías para darles capacitación sobre el manejo adecuado de envíos, en torno a todo el proceso con el fin de interactuar directamente con el cliente. Por último, se realizarán encuestas sobre la experiencia y calidad brindada para recibir constante feedback y que los consumidores estén activamente participando en nuestro crecimiento y mejora; buscamos brindar incentivos por la realización de la encuesta.

## **6. Posicionamiento SEO**

SIMPOL tiene una primera instancia en la que su forma de seguir posicionándose será a partir del medio orgánico, en el que a partir de distintas estrategias que comienzan entendiendo que busca el buyer persona y de qué forma se pueden aprovechar las keywords, se pueda perfilar una adecuada estrategia SEO. A lo largo de los siguientes pasos, se mostrará la definición de la ruta establecida por la empresa, así como una pequeña explicación de la toma de decisiones.

### **6.1 Listado Keywords para la navegación en internet**

A partir de una primera revisión en Google, se encontraron coincidencias sobre ciertas

palabras para llegar al público objetivo, además, se filtran algunas otras con herramientas como Small SEO Tools, Soovle. Con ellas se obtuvo el primer grupo de keywords presentado a continuación:

Entrega de, ciudades principales, de Colombia, para tu negocio, cerca de mí, cotiza tus envíos, (en 24 horas), soluciones de mensajería, paquetes, mensajería.

Con la repetición de muchos de estos conceptos se definieron las siguientes dos palabras como principales: recogemos y paquetería.

## 6.2 Selección de la Keyword primaria y listado de contenido entorno a la palabra clave

Con la repetición de muchos de estos conceptos se definieron las siguientes categorías:

- Keywords primarias: recogemos y paquetería
- Temas: Ultima milla, logística, envíos, entregas

## 6.3 Optimización del contenido respecto a la keyword primaria

- **URL:** [www.SIMPOL.com/soluciones-de-entrega-de-paqueteria-y-mensajería](http://www.SIMPOL.com/soluciones-de-entrega-de-paqueteria-y-mensajería)
- **Meta descripción:** Recogemos y entregamos paquetería y mensajería dentro de la misma ciudad en 24 horas - entregas para tu negocio - Solución de mensajería y entrega de paquetería en las ciudades principales de Colombia en el mismo día para tu negocio.
  - **Título de la página (pestaña de la página):** SIMPOL - Entrega de paquetes y mensajería
  - **Título del contenido:** en las principales ciudades de Colombia para tu negocio

## 7. Anuncio de Pago SEM

La estrategia de pago SEM se realizó anunciando las *keywords* que investigamos en el

punto previo, y que han demostrado generar resultados óptimos y atractivos para nuestros clientes. Utilizamos estas mismas *keywords* para hacer el correcto copywriting de los títulos, descripciones y URLs de los anuncios. Además, maximizamos la visibilidad de los anuncios mediante la inclusión de extensiones, específicamente fragmentos estructurados, URL y llamadas para el caso de dispositivos móviles.

Para optimizar la eficacia de la campaña, se estableció una programación de anuncios que limita los anuncios a ser mostrados entre las 7:00 a.m. y las 6:00 p.m. Esto se hizo para aprovechar el impulso de compra del cliente durante las horas más adecuadas, y así garantizar que podamos atender sus solicitudes, ya que los envíos de 24 horas se cierran después de esos horarios.

En cuanto a la campaña, se armó en *Google Ads* utilizando el objetivo de generación de tráfico en la página y se aplicó únicamente en la red de búsqueda, sin la red de display. Utilizamos la segmentación de público de Google basada en el *buyer persona* creado para el proyecto, filtrando a los usuarios además de las *keywords* de búsqueda.

A continuación, compartimos algunos de los previews realizados por la herramienta de previsualización de Google. Cabe aclarar que estos modelos son creados por Google al combinar extensiones, títulos y descripciones realizadas, como lo mencionamos anteriormente, basados en el comportamiento del mercado. La herramienta de google, después de experimentar con varias formas de los anuncios para determinar cuáles generan los mejores resultados, la herramienta tiende a mostrar con mayor frecuencia esos anuncios.

**Figura 6. Ejemplo SEM computador 1**



Patrocinado

 [www.simpol.com/](http://www.simpol.com/)

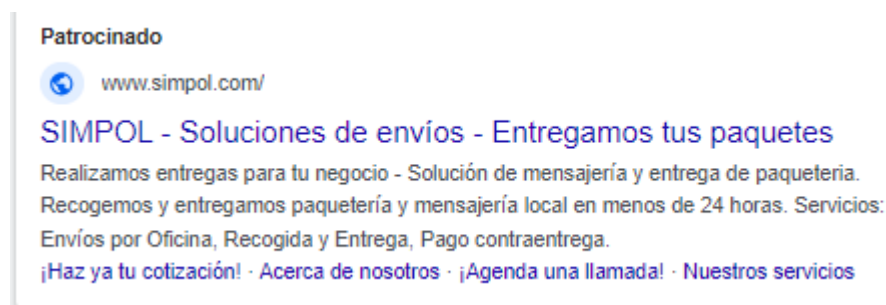
**Recogemos tus paquetes - Entregamos tus paquetes**

Recogemos y entregamos paquetería y mensajería local en menos de 24 horas. en las ciudades principales de Colombia en el mismo día para tu negocio. Servicios: Envíos por Oficina, Recogida y Entrega, Pago contraentrega.

[Acerca de nosotros](#) · [¡Haz ya tu cotización!](#) · [¡Agenda una llamada!](#) · [Nuestros servicios](#)

Fuente: Elaboración propia elaborado con Google Ads

**Figura 7. Ejemplo SEM computador 2**



Patrocinado

 [www.simpol.com/](http://www.simpol.com/)

**SIMPOL - Soluciones de envíos - Entregamos tus paquetes**

Realizamos entregas para tu negocio - Solución de mensajería y entrega de paquetería. Recogemos y entregamos paquetería y mensajería local en menos de 24 horas. Servicios: Envíos por Oficina, Recogida y Entrega, Pago contraentrega.

[¡Haz ya tu cotización!](#) · [Acerca de nosotros](#) · [¡Agenda una llamada!](#) · [Nuestros servicios](#)

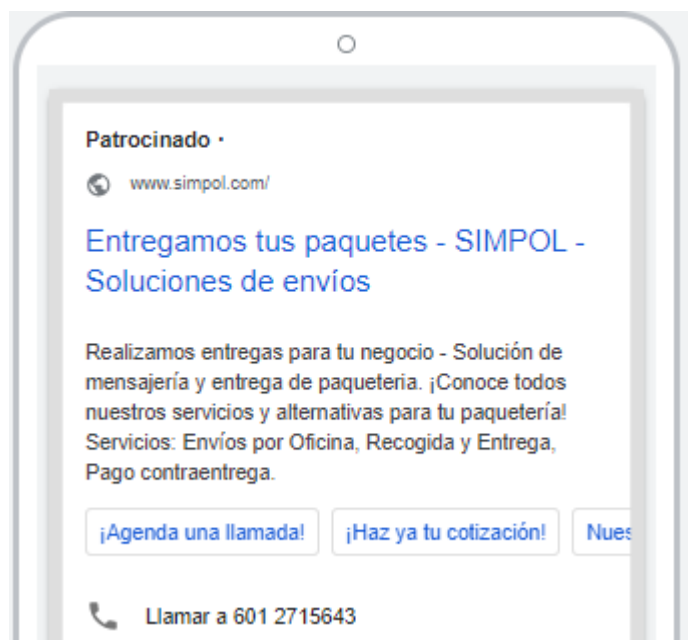
Fuente: Elaboración Propia elaborado con Google Ads

**Figura 8. Ejemplo SEM móvil 1**



Fuente: Elaboración Propia elaborado con Google Ads

**Figura 9. Ejemplo SEM móvil 2**



Fuente: Elaboración Propia elaborado con Google Ads

**Figura 10. Ejemplo SEM móvil 3**



Fuente: Elaboración Propia elaborado con Google Ads

## 8. Página Web

### 8.1 Nuestros Servicios

Figura 11. *Nuestros Servicios*

[Menú](#)
[Sobre nosotros](#)
[Cotizaciones](#)
[Nuestros Servicios](#)
[Contactanos](#)
[PQRs](#)

porque pedir algo nunca ha sido así de

## Conoce nuestras soluciones

- Soluciones de Transporte y Entrega**  
 Ver más >
- Soluciones de Logística**  
 Ver más >
- Soluciones Digitales**  
 Ver más >
- Soluciones para Emprendimientos**  
 Ver más >
- Soluciones para eCommerce**  
 Ver más >

**EMPRESAS ENVÍO**

**Envíos eficientes para tu negocio**

**VENDE CONTRA ENTREGA**

**Conoce por qué somos la mejor opción**

**Contactanos**  
 Cra. 21 #122-74, Bogotá  
 enviosimpol@gmail.com  
 (061) 321-7463

**Sobre Simpol**  
[Política de Privacidad](#)  
[Términos y Condiciones](#)  
[Protección de Datos Personales](#)

Fuente: Elaboración propia

## 8.2 Chat Bot

Figura 12. Chat Bot

The image displays the SIMPOL website interface. At the top, a yellow navigation bar contains the SIMPOL logo and menu items: Menú, Sobre nosotros, Cotizaciones, Nuestros Servicios, Contactanos, and PQRs. Below the navigation bar is a hero section with a background image of a man in a red shirt holding boxes next to a white van. The text reads: "porque pedir algo nunca ha sido así de SIMPOL".

The main content area is dark blue and features the heading "Conoce nuestras soluciones". Below this heading are five service categories, each with an icon and a "Ver más" link:

- Soluciones de Transporte y Entrega (Truck icon)
- Soluciones de Logística (Forklift icon)
- Soluciones Digitales (Envelope icon)
- Soluciones para Emprendimientos (Building icon)
- Soluciones para eCommerce (Shopping cart icon)

Below the service categories are two video thumbnails:

- A video titled "EMPRESAS ENVÍO" showing a man pointing at a screen.
- A video titled "Envíos eficientes para tu negocio" showing a woman holding a box.

A yellow banner with a YouTube icon and the text "Conoce por qué somos la mejor opción" is positioned below the videos.

Below the banner are two more video thumbnails:

- A video titled "VENDE CONTRA ENTREGA" showing a man with a pie chart.
- A video showing a woman with various national flags.

At the bottom, there is a "Contactanos" section with the SIMPOL logo and the text "porque pedir algo nunca ha sido así de SIMPOL". It provides contact information: Cra. 21 #122-74, Bogotá; enviosimpol@gmail.com; and (061) 321-7463. To the right of this section is a chatbot interface titled "Tu asistente personalizado" with a close button. The chatbot has a red message bubble that says "¡Hola! ¿Como podemos ayudarte?" and a red input field with the placeholder text "Escribe aquí tu mensaje".

Fuente: Elaboración propia

### 8.3 Sobre Nosotros

Figura 113. Sobre nosotros

**Menu** Sobre nosotros Cotizaciones Nuestros Servicios Contactanos PQRs

porque pedir algo nunca ha sido así de

## ¿Quiénes Somos?

Simpol es una solución logística creada para solucionar los envíos rápidos y fáciles a todos esos empresarios, emprendedores y dueños de e-commerce que están cansados de tener que elegir entre rapidez, precio y seguridad. Simpol nace de la mente de 5 administradores en logística y producción que llegan a revolucionar

## Misión

Nuestra misión en SIMPOL es brindar soluciones de envío nacionales rápidas y seguras que superen las expectativas de nuestros clientes. Nos comprometemos a entregar sus paquetes en menos de 24 horas, proporcionando un servicio de alta calidad que garantice la tranquilidad y la confianza de nuestros clientes. Con un enfoque en la innovación tecnológica, buscamos revolucionar la industria de la logística y el transporte, ofreciendo un rastreo de vanguardia basado en blockchain para una mayor transparencia y seguridad.

## Visión

Nuestra visión en SIMPOL es convertirnos en la principal opción de envío nacional para individuos y empresas en todo el país. Estamos comprometidos con la excelencia en la entrega de paquetes, estableciendo un nuevo estándar de velocidad y eficiencia en la industria de envíos. Deseamos transformar la experiencia de envío de nuestros clientes a través de la tecnología blockchain, brindando un rastreo en tiempo real seguro y confiable para cada envío. Además, aspiramos a ser reconocidos como un actor clave en la promoción de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente en nuestra operación de envío. En SIMPOL, estamos enfocados en un futuro de entregas rápidas, confiables y responsables.

## Nuestros Valores

**Puntualidad**  
**Compromiso**  
**Seguridad**  
**Responsabilidad**

**Contactanos**  
Cra. 21 #122-74, Bogotá  
enviosimpol@gmail.com  
(061) 321-7463

**Sobre Simpol**  
Política de Privacidad  
Términos y Condiciones  
Protección de Datos Personales

Fuente: Elaboración propia

Figura 14. Sobre nosotros 2

**Menú** Sobre nosotros Cotizaciones Nuestros Servicios Contactanos PQRs

porque pedir algo nunca ha sido así de **SIMPOL**

**¿Quiénes Somos?**

Simpol es una solución logística creada para solucionar los envíos rápidos y fáciles a todas esas empresas, emprendedores y dueños de e-commerce que están cansados de tener que elegir entre rapidez, precio y seguridad. Simpol nace de la mente de 5 administradores en logística y producción que llegan a revolucionar

**Misión**

Nuestra misión en SIMPOL es brindar soluciones de envío nacionales rápidas y seguras que superen las expectativas de nuestros clientes. Nos comprometemos a entregar sus paquetes en menos de 24 horas, proporcionando un servicio de alta calidad que garantice la tranquilidad y la confianza de nuestros clientes. Con un enfoque en la innovación tecnológica, buscamos revolucionar la industria de la logística y el transporte, ofreciendo un rastreo de vanguardia basado en blockchain para una mayor transparencia y seguridad.

**Visión**

Nuestra visión en SIMPOL es convertirnos en la principal opción de envío nacional para individuos y empresas en todo el país. Estamos comprometidos con la excelencia en la entrega de paquetes, estableciendo un nuevo estándar de velocidad y eficiencia en la industria de envíos. Deseamos transformar la experiencia de envío de nuestros clientes a través de la tecnología blockchain, brindando un rastreo en tiempo real seguro y confiable para cada envío. Además, aspiramos a ser reconocidos como un actor clave en la promoción de prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente en nuestra operación de envío. En SIMPOL, estamos enfocados en un futuro de entregas rápidas, confiables y responsables.

**Nuestros Valores**

- Puntualidad** (Icono de reloj)
- Compromiso** (Icono de mano sosteniendo un paquete)
- Seguridad** (Icono de candado)
- Responsabilidad** (Icono de tres personas)

**Contactanos**

Cra. 21 #122-74, Bogotá  
 enviosimpol@gmail.com  
 (061) 321-7463

**Sobre Simpol**

- Política de Privacidad
- Términos y Condiciones
- Protección de Datos Personales

Instagram LinkedIn Twitter

Fuente: Elaboración propia

## 8.4 Cotizaciones

Figura 15. Cotizaciones



### Haz tu cotización aquí

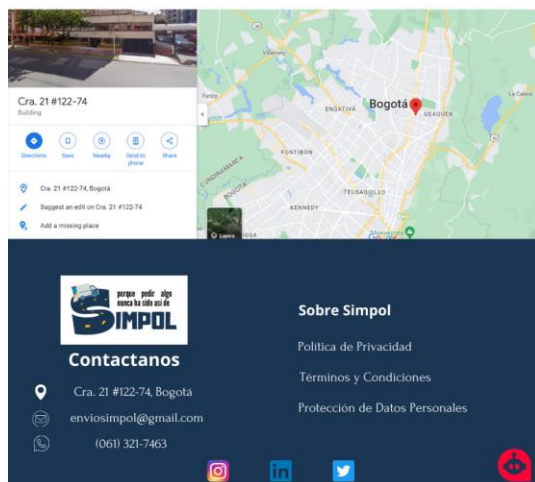
Si quieres cotizar nuestro servicio te invitamos a llenar la siguiente información y en menos de 24 horas tendrás una respuesta. Por eso, nuestro servicio es SIMPOL.

Formulario de cotización con los siguientes campos:

- Nombre
- Apellidos
- Email
- Telefono
- Dirección origen
- Dirección destino
- Peso paquete en Kgs
- Comentarios

ENVIAR

¡Gracias por tu información!



Fuente: Elaboración propia

## 8.5 Blog

Figura 16 - Blog

**Menú** Sobre nosotros Cotizaciones Nuestros Servicios Contactanos PQRs

# BLOG

En el blog de SIMPOL vas a conocer las últimas novedades sobre transporte y logística. Encontrarás consejos para mejorar tus servicios ¡y mucho más!

¿Cómo hacer que los productos lleguen a tus clientes?

Hablemos de calidad en el servicio

Envíos seguros: ¿Cómo es posible?

¿Cómo fue posible incluir la recogida del paquete sin aumentar los precios drásticamente?

¿Que puedo hacer si nadie recibió mi paquete o ingresé la dirección equivocada?

¿Por qué SIMPOL es la mejor opción para mi emprendimiento?

**Si quieres recibir más blogs ¡suscríbete!**

Dirección de email

Enviar

**Contactanos**

Cra. 21 #122-74, Bogotá  
 enviosimpol@gmail.com  
 (061) 321-7463

**Sobre Simpol**

Política de Privacidad  
 Términos y Condiciones  
 Protección de Datos Personales

Fuente: Elaboración propia

## 8.6 PQRs

Figura 17 - PQR's

**Menú** Sobre nosotros Cotizaciones Nuestros Servicios Contactanos **PQR's**

### PQR'S

En esta herramienta usted podrá diligenciar, comunicar, adjuntar y gestionar las peticiones que se presenten sobre el servicio de mensajería y carga Simpol

**Bienvenido al Centro de PQR'S de Simpol**

Par favor, facilite el mayor número de detalles posibles. Si desea actualizar una solicitud ya realizada utilice el formulario "Comprobar estado de tu PQR'S".

Para abrir una solicitud nueva haga clic en el botón

Crear

**Consultar estado de tu PQR'S**

Celular o número de identificación

Número de radicado

Consultar

**Si tienes alguna otra duda o sugerencia ¡Háznosla saber!**

Dirección de email

Enviar

**Contactanos**

Cra. 21 #122-74, Bogotá  
enviosimpol@gmail.com  
(061) 321-7463


**Sobre Simpol**

Política de Privacidad  
Terminos y Condiciones  
Protección de Datos Personales


Fuente: Elaboración propia

## 8.7 Sección de Experiencias

Figura 18 - Experiencias

 SIMPOL


[Menú](#)
[Sobre nosotros](#)
[Cotizaciones](#)
[Nuestros Servicios](#)
[Contactanos](#)
[PDRs](#)



## Experiencias

Conoce los testimonios de las empresas que han trabajado con nosotros y como ha sido su experiencia con nuestros servicios.


Déjanos tu comentario para saber tu opinión y que las demás empresas puedan conocerla.



Bohor tienda de ropa, Daniela Bohórquez CEO ha comentado:

Simpol es una organización que brinda un servicio de calidad y altamente verídico en cuanto a lo ofrecido. Muy cumplidos con todo lo prometido.


★★★★★
Servicio



Alpha Vestidos de Baño, Ropa de Playa SAS ha comentado:

Mi experiencia con Simpol fue bastante grata, todos los envíos llegaron a tiempo, no hubieron demoras ni problemas relacionados con pérdidas o seguridad. Seguiré contratando con Simpol.

★★★★★
Calidad



Velas aromáticas Iluminari emprendimiento ha comentado:

Me gusto demasiado trabajar con Simpol. Quedamos demasiado satisfechos con cada servicio brindado.


★★★★★
Seguridad

Déjanos tu comentario aquí. queremos saber de tu experiencia con Simpol

Dirección de email

Escribe tu comentario aquí

Enviar



Contactanos

Cra. 21 #122-74, Bogota

enviosimpol@gmail.com





(061) 321-7463

Sobre Simpol

Política de Privacidad

Terminos y Condiciones

Protección de Datos Personales

Fuente: Elaboración propia

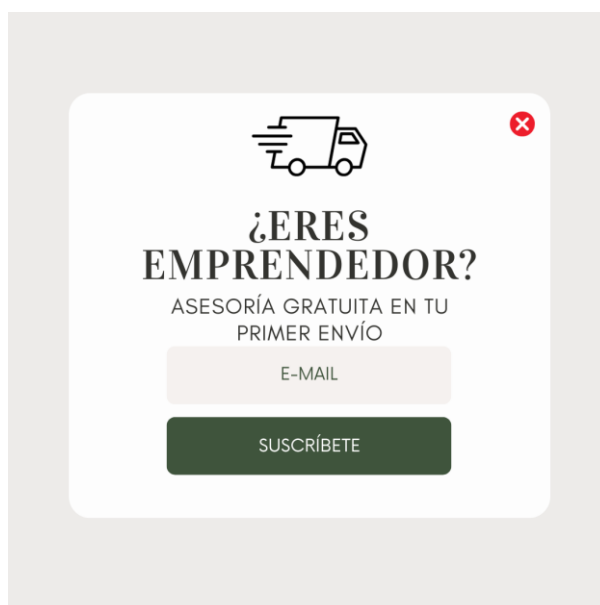
## 9. Publicidad y anuncios de internet

### 9.1. Pop-Up – Suscripción

- Objetivo: interacción
- Público Objetivo: emprendedores

Esta estrategia tiene como objetivo vincular la propuesta de valor con la suscripción del cliente a partir de una asesoría gratuita en la que, se obtiene el correo de los emprendedores y se genera una base de datos en la que, con la ayuda de la página web, el cliente obtiene un beneficio para mitigar uno de los factores evidenciados en el análisis de la competencia web y es la curva de aprendizaje alta en servicios de última milla guiado con los colaboradores de la empresa.

**Figura 19 - Pop- Up Marketing – Página Web**



Fuente: Elaboración propia

## **9.2. Página web - Vinculación a redes sociales**

Se crea comunidad a partir de un factor importante en la página web y este es el blog informativo en donde se discute e informa respecto a temas de coyuntura en el sector de transporte y de esta forma, al entrar en este segmento de SIMPOL Blog, se utiliza otro Pop-

Up en el que se complementa la información a partir de llevar a los consumidores a las redes sociales de la marca.

**Figura 20 - Página web – Objetivo de atracción- Descuento en la primera compra**



Fuente: Elaboración propia

## 10. Redes Sociales

### 10.1 LinkedIn

Nuestro principal segmento es el B2B, por lo que es primordial encontrarnos en la red social empresarial por excelencia, en ella se debe compartir información y utilizar las publicaciones para generar interacción a partir de eventos, por lo que se plantea una estrategia en donde semanalmente se generen invitaciones a charlas informativas y que impacten el sector, los emprendedores encontrarán espacios en donde se capaciten sobre todo lo que hay detrás de llevar determinado producto a la puerta de los consumidores, de esta forma crear contenido de interacción.

**Figura 21 - Eventos vía LinkedIn**



Fuente: Elaboración propia

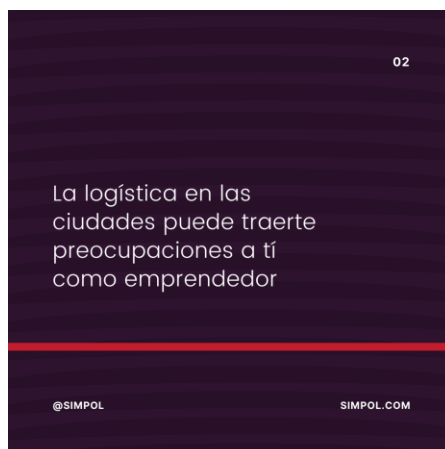
## 10.2. Instagram

Se establece una campaña con frecuencia diaria en la que se publiquen posts cortos de leer y que contengan datos interesantes intentando llevar al lector a buscar más información en la página web, así como capacitarlo en algunos nuevos conceptos de la integración de la tecnología a la logística de última milla. Además se plantean dinámicas como los live, en los que se sorteas asesorías gratis respecto a gestionar los envíos de los emprendedores, con esto se impulsa una interacción de los mismos con la marca y por último se aprovecha una nueva herramienta que se usa a partir de la adquisición de un buen número de seguidores y creación de comunidad, esta es la invitación a todos los que sigan a la cuenta a unirse al Club SIMPOL, un canal de difusión de información importante del tema logístico que permita atracción a partir de la herramienta, según el medio Expansión “esta nueva función facilita la organización y creación conjunta de colecciones de publicaciones que hayas guardado para que puedas compartirlas con tus amigos, lo que ayuda a compartir intereses en común” (Expansión, 2022, párr.5)

**Figura 22 - Post vía Instagram**



Fuente: Elaboración propia

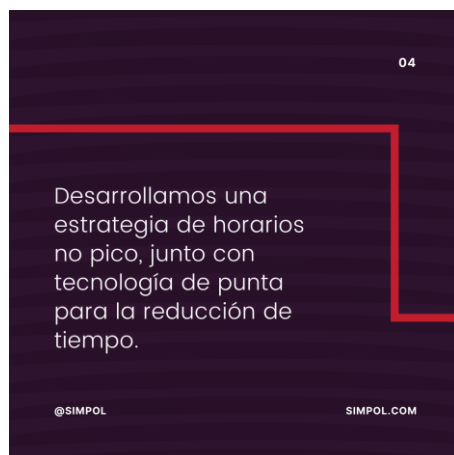
**Figura 23 - Post vía Instagram 2**

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 24 - Post vía Instagram 3**

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 25 - Post vía Instagram 3**



Fuente: Elaboración Propia

**Figura 26 - Post vía Instagram 4**



Fuente: Elaboración propia

## **11. Estrategias de Marketing de Proximidad**

### **11.1 Correo electrónico**

Por medio de los datos recolectados en nuestra página web, se buscará tener un mayor acercamiento a los clientes de SIMPOL mediante el correo electrónico. De este modo, se podrá suministrar una atención personalizada a cada uno de los clientes. Además, se quiere usar códigos QR en los cuales al ser escaneados sea posible obtener información sobre la compañía,

el funcionamiento de esta, datos importantes sobre la tecnología que se usa dentro de la empresa y a su vez, ofrecer ciertos descuentos.

## 12. Acciones de Omnicanalidad Dentro de la Estrategia

### 12.1. Código QR

En SIMPOL, se quiere implementar el uso de códigos QR como una estrategia de omnicanalidad, en donde se enviarán por medio del correo electrónico y al ser escaneados se podrán obtener descuentos. Estos códigos QR, serán específicamente enviados a aquellas personas o empresas que hayan realizado 100 envíos con SIMPOL, ofreciendo un 10% de descuento en sus próximos 10 envíos, de esta forma se incentiva a realizar nuevas conversiones de compra con la compañía.

#### Figura 27 - Código QR

Disfruta de los descuento que tiene SIMPOL para ti



Fuente: Elaboración propia.

## 13. Conclusiones

- Se puede concluir que, en la industria de envíos de paquetes en Colombia, posee una gran oportunidad de crecimiento en el área de emprendimientos, en los cuales se desea entregar los productos a sus clientes en menos de un día y a un bajo costo, sin perder de lado la calidad del producto.
- Así mismo, se evidencia dentro de la competencia el uso de redes sociales como estrategia digital para darse a conocer y ofrecer sus servicios. Dentro de las redes sociales utilizadas para esto, se encuentran: LinkedIn, YouTube, Facebook y Twitter. Se observa un alto uso de la red de LinkedIn para ofrecer estos servicios, sin embargo, desde el lado de SIMPOL, se considera que existe una oportunidad de darse a conocer y ofrecer los servicios por medio de Instagram, pues actualmente, es la red social más utilizada entre jóvenes y emprendedores para contactarse. Es por ello, que se desea usar dicha red social para darnos a conocer y vender nuestros servicios junto a LinkedIn.
- Por último, se logra concluir que SIMPOL tiene una gran oportunidad de entrar en la industria de envíos dentro de las urbes colombianas al enfocar su servicio a emprendedores, esto debido a la falta de atención a dicho sector e inseguridad de cumplir con las necesidades del consumidor. Por esto, SIMPOL buscará mediante la utilización de códigos QR, generar estrategias de conversión adecuadas para los clientes más fieles por medio de correo electrónico.

## 14. Referencias Bibliográficas

- Alerce. (2019, Marzo 01). *La última milla: qué es y por qué es importante en logística*.  
<https://alerce-group.com/es/nuestras-noticias/somos-noticia/la-ultima-milla-que-es-y-por-que-es-importante-en-logistica>
- Arimetrics. (s.f.). *Que es B2B – Definición, significado y ejemplos*.  
<https://www.arimetrics.com/glosario-digital/b2b>
- Bancoldex. (s.f.). *¿Qué es una pyme?* <https://www.bancoldex.com/es/que-es-una-pyme-1338>
- Blanco, E. (2023, Marzo 10). *Landing Page: qué son y cómo crea una que cumpla objetivos*. RD Station. <https://www.rdstation.com/blog/es/landing-page/>
- Cardona, L. (2020, Enero 15). *Posicionamiento orgánico: ¿qué es y cuáles son sus ventajas?* Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/posicionamiento-organico-que-es-y-cuales-son-sus-ventajas>
- Cyberclick. (2022, Septiembre). *¿Qué es el SEM o Search Engine Marketing?*  
<https://www.cyberclick.es/sem>
- Expansión. (2022, Diciembre 13). *Instagram permitirá chatear a través de stickers*.  
<https://expansion.mx/tecnologia/2022/12/13/instagram-nuevas-funciones-herramientas-comunidades>
- HubSpot, Inc. (s.f.). *Website grader: Test gratuito de velocidad y seo en páginas web*. Website Grader - Check your Pages for Speed and SEO. <https://website.grader.com/es/>
- Martins , J. (2022, Agosto 16). *Qué es un KPI, para qué sirve y cómo utilizarlo en tu proyecto*. Asana. <https://asana.com/es/resources/key-performance-indicator-kpi>
- Purple. (2023). *Marketing de proximidad: Estrategias y cómo funcionan*.  
<https://purple.ai/es/blogs/marketing-de-proximidad-estrategias-y-como-funcionan/>

Qualtrics. (2020). *¿Qué es Net Promoter Score?* <https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/cliente/net-promoter-score/>

Segovia, M. (2021, Abril 06). *SEO en marketing digital: que es, importancia y cómo hacerlo.* GrowxAgency. <https://blog.growxco.com/articulos/seo-en-marketing-digital#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20SEO%20en%20marketing%20digital%3F&text=SEO%20o%20search%20engine%20optimization,sitio%20web%20en%20las%20SERPs.>

Seobility. (s.f.). *¿Qué es una SERP?* [https://www.seobility.net/es/wiki/SERP?utm\\_id=19098041160\\_145099261656&utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_cid=19098041160&utm\\_agid=145099261656&utm\\_campaign=geoES-Wiki&utm\\_dev=c&utm\\_devicemodel=&utm\\_mt=p&utm\\_term=serp%20significado&gclid=CjwKCAiApuCrBhAuEiwA8VJ6JkKJmvN4HN9JqMQIXWgUIJAKPqq3ASAVQltRLySbvRKi04j2R6Pt9xoCcvYQAvD\\_BwE#.C2.BFQu.C3.A9\\_es\\_una\\_SERP\\_o\\_p.C3.A1gina\\_de\\_resultados.3F](https://www.seobility.net/es/wiki/SERP?utm_id=19098041160_145099261656&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_cid=19098041160&utm_agid=145099261656&utm_campaign=geoES-Wiki&utm_dev=c&utm_devicemodel=&utm_mt=p&utm_term=serp%20significado&gclid=CjwKCAiApuCrBhAuEiwA8VJ6JkKJmvN4HN9JqMQIXWgUIJAKPqq3ASAVQltRLySbvRKi04j2R6Pt9xoCcvYQAvD_BwE#.C2.BFQu.C3.A9_es_una_SERP_o_p.C3.A1gina_de_resultados.3F)

Similarweb. (s.f.). *Tráfico del Sitio Web: Comprueba y analiza cualquier sitio web.* <https://www.similarweb.com/es/>