

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**SECCIÓN DE MERCADEO INTERNACIONAL**



**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:**

**EN MARKETING DIGITAL INTELIGENTE**

**TITULO DEL INFORME FINAL:**

**“ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA TRANSFORMAR LA PRESENCIA  
EN REDES SOCIALES DE V&G ENCOMIENDAS NACIONALES”**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

**LICENCIATURA DE MERCADO INTERNACIONAL**

**PRESENTADO POR:**

**YOSHELIN NOHEMI GARCÍA CENTENO N° CARNET GC18064**

**LINDA ALEJANDRA LIZAMA LIZAMA N° CARNET LL20023**

**ALEJANDRO JOSÉ SARAVIA MURILLO N° CARNET SM20031**

**DOCENTE ASESOR:**

**LICENCIADA FLOR MARISELA RODRÍGUEZ CLAROS**

**SEPTIEMBRE, 2025**

**SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**



MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA  
**RECTOR**

DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN  
**VICERRECTORA ACADÉMICA**

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO  
**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

LIC. PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA  
**SECRETARIO GENERAL**

LIC. CARLOS AMÍLCAR SERRANO RIVERA  
**FISCAL GENERAL**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL**

**AUTORIDADES**



MSC. CARLOS IVAN HERNÁNDEZ FRANCO

**DECANO**

DRA. NORMA AZUCENA FLORES RETANA

**VICEDECANA**

LIC. CARLOS DE JESÚS SÁNCHEZ

**SECRETARIO**

MSC. ARNOLDO ORLANDO SORTO MARTÍNEZ

**JEFE DE DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

MSC. LINDA MARIANITA ACOSTA CORTEZ

**COORDINADORA DEL PROCESO DE GRADO DEL DEPARTAMENTO DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS**

## ÍNDICE

3. Resumen Ejecutivo .....	8
<b>3.1 Abstract</b> .....	9
4. Introducción .....	10
4.1 Justificación del tema elegido .....	10
Objetivos (general y específicos).....	10
<b>Objetivos Específicos</b> .....	10
Metodología empleada .....	11
Tema.....	11
Enunciado.....	11
5. Marco Teórico.....	12
5.1. Marketing Digital y su evolución.....	12
5.2. Rol de las Redes Sociales en el Marketing .....	13
5.3. Inteligencia Artificial aplicada al Social Media.....	14
<b>5.4. Principales herramientas digitales</b> .....	15
5.5. KPIs clave y analítica para redes sociales .....	17
6. Fundamentos Estratégicos de Marca.....	19
6.1. Brief de Marca.....	19
6.2. Ecosistema Digital y Análisis FODA.....	22
6.3. Círculo Dorado .....	27
7. Diagnóstico de la Presencia Digital (opcional si es caso aplicado) .....	28
7.1. Análisis de redes actuales de una marca/empresa .....	28
7.2. Perfil del público objetivo .....	31
7.3. Competencia en redes.....	33
8. Propuesta de Valor .....	36
8.1. Perfiles de Cliente (tareas, dolores y ganancias).....	36
8.2. Mapeo de productos y servicios .....	41
8.3. Frases clave y ventaja competitiva.....	46
9. Perfil de Audiencias .....	48
9.1. Buyer Persona (psicodemográfico y mapa de empatía) .....	48
9.2. Objetivos estratégicos por perfil .....	57
10. Diseño Estratégico en Redes Sociales .....	59
10.1. Estrategia de contenido .....	59
10.2. Estrategia de segmentación y publicidad digital .....	60

10.3. Automatización del marketing en redes .....	63
10.4. Integración de herramientas de IA .....	65
10.5. Presupuesto estimado .....	67
11. Plan de Marketing en Redes Sociales .....	70
11.1. Estrategias HERO, HUB y HELP .....	70
11.2. Campañas segmentadas por perfil .....	73
11.3. Calendario y formatos a 3 meses.....	74
<b>11.4 Calendario a 12 meses.....</b>	<b>75</b>
12. Implementación de Estrategias con IA .....	76
12.1. Automatización y herramientas aplicadas.....	76
12.2. Uso de datos y personalización en redes .....	78
12.3. KPI y dashboards para seguimiento .....	80
13.1. Posicionamiento, tono y arquetipo de marca .....	83
13.2. Funnel de conversión digital por campaña.....	86
13.3. Estrategia de fidelización .....	88
14. Resultados Clave (OKRs) .....	89
14.1. Objetivos a 90 días y 12 meses .....	89
14.2. Resultados Clave y Métricas .....	94
14.3. Iniciativas y Plan de Acción.....	94
15. Conclusiones y Recomendaciones .....	95
Recomendaciones .....	96
Referencias bibliográficas.....	98
Anexos .....	99

## Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Logo V&G .....	19
Ilustración 2 .....	22
Ilustración 3 .....	23
Ilustración 4 .....	23
Ilustración 5 .....	23
Ilustración 6 .....	24
Ilustración 7 .....	25
Ilustración 8 .....	25
Ilustración 9. Logo de V&G .....	27
Ilustración 10. Logo Tik Tok .....	28
Ilustración 11. Facebook .....	29
Ilustración 12. Instagram .....	29
Ilustración 13. C807 Express .....	33
Ilustración 14. Mapa de empatia .....	53
Ilustración 15. Mapa de empatia 2 .....	54
Ilustración 16. Mapa de empatia 3 .....	55
Ilustración 17. Mapa de empatia 4 .....	56
Ilustración 18. Buyer person 2 .....	99
Ilustración 19. Buyer person 1 .....	99
Ilustración 20. Buyer person 4 .....	100
Ilustración 21. Buyer person 3 .....	100
Ilustración 22. Aniversario .....	101
Ilustración 23. Aniversario .....	101
Ilustración 24. Aniversario .....	101
Ilustración 25. Aniversario .....	102
Ilustración 26. Aniversario .....	102
Ilustración 27. Aniversario .....	102
Ilustración 28. Aniversario .....	103
Ilustración 29. Foto .....	103
Ilustración 30. Emprendedor .....	104
Ilustración 31. Grabacion .....	104
Ilustración 32. Grabacion .....	104
Ilustración 33. Arte 2 .....	105
Ilustración 34. Arte 1 .....	105
Ilustración 35. Arte 3 .....	106
Ilustración 36. Captura .....	107
Ilustración 37. Captura .....	107
Ilustración 38. Artes .....	108
Ilustración 39. Captura .....	109
Ilustración 40. Captura .....	110
Ilustración 41. Presentacion .....	111
Ilustración 42. . Presentacion .....	111

Ilustración 43. . Presentacion .....	112
Ilustración 44. Presentacion .....	112
Ilustración 45. Captura.....	113
Ilustración 46. Copy.....	114
Ilustración 47. Copy.....	114
Ilustración 48. Ingresos Meta.....	115
Ilustración 49. Estadística .....	115
Ilustración 50. Meta .....	115
Ilustración 51. Meta .....	116
Ilustración 52. Meta .....	116
Ilustración 53. Estadística meta .....	116
Ilustración 54. Estadísticas meta.....	117
Ilustración 55. Estadísticas meta.....	118
Ilustración 56.. Estadísticas meta.....	118
Ilustración 57. . Estadísticas.....	119
Ilustración 58. . Estadísticas.....	119
Ilustración 59. . Estadísticas meta.....	120
Ilustración 60. . Estadísticas.....	121
Ilustración 61. Captura.....	121

### 3. Resumen Ejecutivo

El presente estudio aborda el diseño de un plan estratégico de marketing digital para V&G Encomiendas Nacionales, empresa salvadoreña dedicada al servicio de paquetería a nivel nacional, con el objetivo de fortalecer su presencia en redes sociales, consolidar su propuesta de valor y optimizar la relación con sus clientes. La metodología utilizada combinó enfoques cualitativos y cuantitativos, incluyendo la revisión bibliográfica de teorías de marketing digital y el rol de las redes sociales, el diagnóstico estratégico mediante herramientas como FODA y círculo dorado, el análisis de competencia y benchmarking, así como la construcción de perfiles de audiencia mediante buyer personas y mapas de empatía. Los resultados obtenidos evidencian debilidades en la comunicación digital de la marca, especialmente en la falta de una identidad visual unificada y en la baja consistencia de publicaciones en plataformas clave, aunque se destacan fortalezas como la atención personalizada, la cercanía con el cliente y el aprovechamiento de canales como Facebook y WhatsApp. A partir de este diagnóstico, se propusieron estrategias de comunicación digital basadas en los modelos de contenido HERO, HUB y HELP, apoyadas en segmentación, automatización y uso de herramientas de inteligencia artificial para optimizar procesos de atención, seguimiento y fidelización de clientes. Se concluye que la integración de tecnologías digitales innovadoras, combinadas con un enfoque humano y empático, permitirá a V&G Encomiendas diferenciarse en un entorno logístico competitivo, mejorar su posicionamiento como marca confiable e innovadora y proyectarse hacia un crecimiento sostenible en el mercado nacional y regional.

Palabras clave: V&G Encomiendas; logística en El Salvador; marketing digital; inteligencia artificial; automatización; segmentación de clientes; estrategia de marca; competitividad; sostenibilidad empresarial.

### **3.1 Abstract**

This study focuses on the design of a strategic digital marketing plan for V&G Couriers, a Salvadoran company dedicated to nationwide parcel delivery services. The main objective is to strengthen its presence on social media, consolidate its value proposition, and optimize its relationship with customers. The methodology applied combined qualitative and quantitative approaches, including a literature review of digital marketing theories and the role of social networks, a strategic diagnosis using tools such as SWOT and the Golden Circle, competitor analysis and benchmarking, as well as the development of audience profiles through buyer personas and empathy maps. The results highlight weaknesses in the company's digital communication, particularly the lack of a unified visual identity and the inconsistency of publications across platforms, while also emphasizing strengths such as personalized attention, customer closeness, and the effective use of channels like Facebook and WhatsApp. Based on this diagnosis, digital communication strategies were proposed using the HERO, HUB, and HELP content models, supported by segmentation, marketing automation, and the integration of artificial intelligence tools to enhance customer service, tracking, and loyalty. The conclusions indicate that the incorporation of innovative digital technologies, combined with a human and empathetic approach, will allow V&G Couriers to differentiate itself within a highly competitive logistics environment, strengthen its positioning as a reliable and innovative brand, and project sustainable growth in both the national and regional markets of El Salvador and Central America.

Keywords: V&G Couriers; logistics in El Salvador; digital marketing; artificial intelligence; automation; customer segmentation; brand strategy; competitiveness; business sustainability.

## **4. Introducción**

### **4.1 Justificación del tema elegido**

El crecimiento del comercio electrónico y el aumento en la demanda de servicios logísticos han impulsado a las empresas de encomiendas a adaptarse a entornos altamente competitivos. En este contexto, VYG Encomiendas Nacionales surge como un referente en la entrega de paquetería en El Salvador, diferenciándose por su atención humana, cercanía y confianza. El tema se eligió porque permite analizar cómo una empresa local puede apoyarse en estrategias digitales modernas para consolidar su posición, fidelizar clientes y proyectar un crecimiento regional.

### **Objetivos (general y específicos)**

#### **Objetivo General**

Desarrollar un plan estratégico de marketing digital que fortalezca la presencia de VYG Encomiendas Nacionales en el mercado salvadoreño, potencie su propuesta de valor y optimice su relación con los clientes.

#### **Objetivos Específicos**

- Analizar el entorno digital y competitivo de la marca mediante un diagnóstico integral.
- Identificar el perfil de clientes y sus necesidades a través de buyer personas y mapas de empatía.
- Diseñar estrategias de comunicación y contenidos (HERO, HUB y HELP) adaptadas a cada audiencia.
- Proponer la integración de herramientas digitales y de Inteligencia Artificial para optimizar procesos y atención al cliente.

- Establecer indicadores (KPIs) y métricas de evaluación que permitan medir el impacto de las estrategias implementadas.

### **Metodología empleada**

La metodología aplicada en este estudio combina enfoques **cualitativos** y **cuantitativos**:

- **Revisión bibliográfica** de teorías de marketing digital, evolución del marketing y el impacto de las redes sociales.
- **Análisis documental** de la marca VYG a través de su brief, ecosistema digital y propuesta de valor.
- **Diagnóstico estratégico** con herramientas como FODA, círculo dorado y benchmarking competitivo.
- **Diseño de estrategias de marketing digital** con enfoque en contenidos, segmentación y uso de IA.
- **Definición de KPIs y dashboards** para el seguimiento y la evaluación de resultados.

### **Tema**

“Estrategias de Marketing Digital para Transformar la Presencia en Redes Sociales de VYG Encomiendas Nacionales”

### **Enunciado**

El presente estudio aborda el diseño y aplicación de un plan estratégico de marketing digital para VYG Encomiendas Nacionales, empresa salvadoreña dedicada al servicio de paquetería. El objetivo es fortalecer su presencia en el mercado a través de la optimización de canales digitales, la integración de herramientas tecnológicas y el desarrollo de contenidos segmentados que respondan a las necesidades de sus audiencias. La investigación se centra en cómo las estrategias digitales, apoyadas en Inteligencia Artificial y analítica de datos, pueden

contribuir a incrementar la visibilidad, generar confianza y fidelizar a los clientes, posicionando a la empresa como un referente logístico en El Salvador y Centroamérica.

## **5. Marco Teórico**

### **5.1. Marketing Digital y su evolución**

La evolución del concepto de marketing se relaciona estrechamente con el nivel de competitividad que las empresas han sufrido en el tiempo.

De forma que a inicios del siglo pasado, cuando la demanda era más grande que la oferta, los esfuerzos para generar ingresos se centraban en la producción en serie y en distribuir masivamente, y las empresas procuraban aumentar estos ingresos añadiendo características adicionales o novedosas al producto, que lo hicieran más atractivo para el mercado.

Autores como Oscar Fuente, coincide en que “el marketing digital es una evolución radical del marketing gracias a la tecnología y la publicidad y el comercio digital que nos lleva a formular estrategias uno a uno con productos personalizados y mensajes diferenciados gracias al poder de los datos masivos” (*Fuente 2014*).

Una de las claves del éxito de este nuevo concepto es el cambio de visión con respecto al marketing tradicional, pues ofrece nuevas posibilidades de comunicación y servicios de venta. Sin embargo, sus objetivos no difieren en gran medida de la corriente tradicional. El primero y más importante, es el incremento de la visibilidad de la marca pues la empresa busca en todo momento que el usuario se sienta atraído por su producto y conseguir así, un sentimiento de fidelización. Consecuentemente, la mejoría de la percepción de la marca por parte del usuario se convierte en otro de los objetivos.

El concepto de marketing tuvo su origen en el siglo pasado, cuando en 1922 Fred E. Clarck (presidente de la American Marketing Association) escribió su libro “Principios del Marketing”. Desde entonces se ha ido reinventando y desarrollando nuevas estrategias, pero siempre persiguiendo el mismo objetivo: aumentar los beneficios y ventas.

El marketing relacional se basa en crear una interacción con el cliente que permita conocerle en profundidad e involucrarse en los procesos de la empresa. De esta forma, internet juega un papel fundamental, dado que posibilita la creación de una comunicación igualitaria entre las marcas y su público, y entre los propios usuarios. Por otro lado, las marcas obtienen nuevas posibilidades publicitarias y de conocimiento del consumidor. *(Labajos, N. S.)*

## **5.2. Rol de las Redes Sociales en el Marketing**

Las RSD se han convertido en el fenómeno más influyente en la comunicación en las últimas décadas *(Kaplan y Haenlein, 2010)*.

Un gran porcentaje de usuarios en línea está utilizando los canales sociales para mantenerse en contacto con las noticias, encontrar entretenimiento para distraerse o para informarse. Pero no es suficiente tener un canal social; las empresas también deben estar activas en tantas plataformas como sea posible.

En ellas se permite y facilita la interacción de la comunidad, ayudando a fomentar la confianza y un sentimiento común entre los miembros *(Leimeister et al., 2006)*, ofreciendo a la gente nuevas maneras de construir y mantener redes sociales, de crear relaciones, de compartir información, de generar y editar contenidos y de participar en movimientos sociales, a través de Internet *(Lorenzo et al., 2011)*.

Las personas utilizan las redes sociales para comunicarse con sus seres queridos y amigos a quienes ya no pueden visitar; no quieren que las empresas se inmiscuyan en esta

área, si bien las empresas aún intentan utilizar las redes sociales para vender sus productos y servicios, debido a que sus tiendas están cerradas, deben ser conscientes de cómo logran las ventas. Este es el momento de construir puentes con tus clientes; no solo se sentirán más reconfortados al saber que una empresa a la que apoyan se está preocupando por ellos, sino que generará más clientes potenciales. *Auronix. (2021b)*

### **5.3. Inteligencia Artificial aplicada al Social Media**

La integración de la Inteligencia Artificial (IA) en las redes sociales ha marcado un antes y un después en la forma en que los medios de comunicación interactúan con su audiencia, optimizan sus estrategias de contenido y analizan el comportamiento del usuario. La IA no solo ha revolucionado la personalización del contenido y la publicidad, sino que también ha introducido herramientas avanzadas para monitorear y entender las interacciones sociales en tiempo real (*Sadiku et al., 2021*).

Con el avance de la inteligencia artificial, aprender a monetizarla puede agregar valor a tus estrategias de marketing en redes sociales. *Weisheim, R. (2025, 5 de febrero)*

Si bien el marketing tradicional en redes sociales puede implicar algo de prueba y error, la IA permite a los usuarios con diferentes antecedentes técnicos optimizar su estrategia de redes sociales con funciones avanzadas y un enfoque basado en datos.

Por ejemplo, aquí tienes algunas estrategias de redes sociales que podrían mejorarse con el uso de la IA. *Weisheim, R. (2025, 5 de febrero)*

- Crea publicaciones en redes sociales rápidamente con software basado en IA.
- Administra y optimiza los anuncios en múltiples plataformas sociales.
- Realiza un seguimiento y mide el rendimiento en todos los canales.
- Crea campañas dirigidas y personalizadas para generar lealtad.

—Usa chatbots de inteligencia artificial para las redes sociales para mejorar el engagement.

—Realiza un análisis de sentimientos para generar informes avanzados y mejorar las estrategias de marketing.

Con las estrategias anteriores, los especialistas en marketing de redes sociales pueden obtener información y datos valiosos para mejorar sus campañas y la experiencia general del usuario (UX). Además, estas hacen que sea más fácil tomar decisiones basadas en hechos, reducir gastos, aumentar el retorno de la inversión (ROI) y construir una reputación de marca sólida. *“Pajuelo Gallego, A. (2024).”*

## **5.4. Principales herramientas digitales**

### **1. ChatGPT**

ChatGPT es un sistema de chat basado en el modelo de lenguaje por Inteligencia Artificial GPT, desarrollado por la empresa OpenAI. El modelo de IA es como el motor y va evolucionando con nuevas versiones cada pocos meses, y ChatGPT es un entorno de chat para interactuar con este motor Fernández, Y. (2025, 1 agosto) nos explica lo siguiente.

ChatGPT tiene dos versiones diferentes, una gratuita con modelos con una potencia inferior y algunas funciones limitadas, y una versión de pago llamada ChatGPT Plus. La versión de pago cuenta con los últimos modelos lanzados por la empresa, y es mejor en todo.

A una inteligencia artificial se la entrena a base de texto, se le hacen preguntas y se le añade información, de manera que este sistema, a base de correcciones a lo largo del tiempo, va "entrenándose" para realizar de forma automática la tarea para la que ha sido diseñada.

Este es el método para entrenar a todas las IA, tanto a la de ChatGPT como otras del estilo de los Magic Avatars de Lensa.

En el caso de ChatGPT, esta IA ha sido entrenada para mantener conversaciones con cualquier persona. Sus algoritmos deberían ser capaces de entender lo que le estés preguntando con precisión, incluyendo adjetivos y variaciones que añadas en tus frases, y de responderte de una manera coherente.

## **2. Meta Business Suite**

Meta Business Suite es una plataforma gratuita que te permite gestionar todas las publicaciones de tu negocio en Facebook, Messenger e Instagram desde un solo lugar. Sin tener que cambiar de una aplicación a otra, puedes crear, publicar y gestionar tu contenido, responder a comentarios y mensajes directos.

La plataforma Meta Business Suite está disponible tanto en versión web como aplicación móvil. Permittiéndote acceder a tus herramientas desde cualquier lugar y en cualquier momento. *Enríquez, D. (2023, 5 de abril).*

## **3. Canva**

Canva, representa una gran oportunidad de crear piezas de contenido diferente para que quien está empezando en el mercado digital pueda destacarse con piezas de calidad aunque no sea profesional.

El primer paso es crear una cuenta en Canva gratis. Entra en la página inicial y regístrate con tu cuenta de Facebook, Google o con tu correo electrónico.

Una vez creada la cuenta, ve a la página de inicio, donde una herramienta te ayudará a seleccionar las mejores plantillas de acuerdo con tu necesidad. Aquí elegimos la opción Pequeña Empresa.

Cuando se trata de redes sociales, principalmente Instagram, es muy importante definir la apariencia, que será la cara de las publicaciones de ahora en adelante. Recuerda que elegir un modelo diferente para cada post dejará el feed desordenado y visualmente cargado. *Hotmart. (2024, 8 de octubre).*

Para empezar, es necesario elegir una buena imagen para que el post tenga buen engagement.

#### **4. Notion**

Notion permite crear espacios de trabajo compartido entre varias personas y colaborar en tiempo real, con la capacidad para compartir, comentar, asignar tareas y activar recordatorios.

La herramienta se puede usar tanto a nivel individual como para trabajar en equipo, Notion está diseñado como una página donde puedes añadir bloques. Es parecido a las piezas de Lego, donde uno puede construir lo que quiera. Te permite construir una página a tu gusto, desde una página sencilla con anotaciones, como un gestor de tareas. *Juanyo. (2023, 17 noviembre).*

### **5.5. KPIs clave y analítica para redes sociales**

#### **¿Qué son los KPIs en redes sociales?**

Los KPIs son indicadores clave de rendimiento. En otras palabras, son una forma de medir el éxito de tus objetivos en redes sociales. Al hacer un seguimiento de los KPI, puedes entender lo que funciona y lo que no, a fin hacer los cambios necesarios en tus esfuerzos de marketing.

Cualquier estrategia realizada en las redes sociales, se realiza un seguimiento y análisis en profundidad de las estadísticas, ya que se evalúa la relevancia y el impacto de sus acciones. Se utilizan estos KPI 's en redes sociales como: Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, TikTok y otras más. *Tekla. (2023, 14 noviembre).*

**Alcance de la marca en redes sociales nos indica, *IEBSchool. (s. f.).***

#### **1. Número de Seguidores o Fans**

Corresponde a la cantidad de usuarios que siguen los perfiles oficiales de la empresa en redes sociales.

## **2. Tráfico Web**

Se refiere al total de usuarios que visitan el sitio web de la empresa, ya sea para consultar información, realizar envíos o dar seguimiento a paquetes.

## **3. Impresiones**

Indica el número de veces que las publicaciones o anuncios de la empresa son visualizados en las plataformas digitales.

## **4. Interacción con el público**

Hace referencia a todas las acciones que los usuarios realizan frente al contenido de la empresa, como reacciones, comentarios, clics o compartidos.

## **5. Número de “Me gusta”**

Representa la cantidad de reacciones positivas que reciben las publicaciones de la empresa en sus diferentes plataformas digitales.

## **6. Número de clics**

Mide cuántas veces los usuarios presionan sobre un enlace, botón o publicación de la empresa para obtener más información o acceder a un servicio.

## **7. Comentarios**

Son los mensajes que los usuarios escriben en las publicaciones de la empresa, reflejando opiniones, consultas o retroalimentación.

## **8. Compartido**

Indican cuántas veces los usuarios difunden las publicaciones de la empresa en sus propias redes sociales.

## **9. Conversiones**

Se refiere a las acciones concretas que realizan los usuarios como resultado de la estrategia digital de la empresa, tales como registros, cotizaciones o contratación de servicios.

## 6. Fundamentos Estratégicos de Marca

### 6.1. Brief de Marca

#### BRIEF DE MARCA: VYG Encomiendas Nacionales



*Ilustración 1. Logo V&G*

#### 1. Nombre de la empresa:

VYG Encomiendas Nacionales

#### 2. Descripción general del negocio:

VYG Encomiendas Nacionales es una empresa salvadoreña dedicada al servicio de entrega y distribución de paquetería a nivel nacional. Somos el canal logístico que permite a emprendedores, comerciantes y clientes particulares hacer llegar sus productos y encomiendas a cada rincón del país, de manera eficiente, segura y confiable.

#### 3. Origen de la empresa:

La idea de VYG surgió a partir del deseo emprendedor de sus fundadores, quienes identificaron una oportunidad de crecimiento en el sector logístico nacional. En un momento

clave donde la demanda por servicios de envío creció aceleradamente, VYG nació para satisfacer una necesidad real y palpable del mercado salvadoreño. Así comenzó nuestra historia: como una solución para quienes necesitaban conectar productos con personas.

#### **4. Diferenciadores de la marca:**

— Atención al cliente personalizada: Cada cliente es atendido con empatía, cercanía y eficacia.

—Innovación constante: Incorporamos tecnología de punta, como sistemas de rastreo en tiempo real con interfaz amigable.

—Confianza: Nuestra transparencia, cumplimiento de tiempos y claridad en el estado de los envíos generan tranquilidad.

—Resolución efectiva de problemas: Ante cualquier inconveniente, nuestro equipo responde con soluciones rápidas y efectivas.

#### **5. Servicios actuales:**

—Entrega y distribución de paquetería en puntos estratégicos y agencias a nivel nacional.

—Servicio de entrega directa (delivery) a domicilio o lugar de trabajo.

#### **6. Clientes ideales:**

—Emprendedores y vendedores desde los 20 años en adelante que utilizan la paquetería para distribuir sus productos.

—Clientes finales de esos vendedores, que exigen rapidez, seguridad y comodidad en sus entregas.

#### **7. Estado actual del negocio:**

VYG se encuentra en una etapa de crecimiento activo. Hemos ampliado nuestra red de destinos y sucursales a nivel nacional. Implementamos una logística de entrega inmediata y contamos con un sistema digital de rastreo que mejora la experiencia del cliente al brindar información precisa del estado de sus paquetes. Nos encontramos preparando una campaña de marketing informativa para educar a nuestros clientes sobre el uso del sistema y sus beneficios.

### **8. Metas a corto y mediano plazo:**

—En 1 año: Tener presencia en los 14 departamentos de El Salvador con sucursales propias.

—En 5 años: Convertirnos en una empresa multinacional con operaciones en Honduras, Guatemala y Nicaragua.

—Mejorar continuamente nuestra logística para optimizar tiempos de entrega y costos operativos.

—Posicionarnos como referentes en el rubro de encomiendas en Centroamérica.

### **9. Referentes y competencia:**

—Referentes positivos: Transportes RoCo, Encomiendas Fuentes Express, González Express, Pullmantur.

—Competidores directos: C807Xpress El Salvador, American Express, Boxful, Express El Salvador.

### **10. Valores fundamentales:**

—Compromiso con el cliente

—Transparencia y confianza

—Innovación continua

—Servicio accesible y humano

—Crecimiento conjunto

### **Narrativa de Marca:**

En VYG Encomiendas Nacionales creemos en conectar historias. Cada paquete representa un sueño, una meta o un momento importante. Somos el canal que hace posible estos encuentros, asegurando que los productos lleguen a destino con cuidado, eficiencia y transparencia. Nuestra razón de ser está en las personas: en los emprendedores que confían en nosotros para crecer, y en los clientes que esperan sus pedidos con ilusión.


Nos impulsa el deseo de innovar, de crear soluciones logísticas inteligentes que mejoren la experiencia del usuario y fortalezcan el comercio local y regional. Con una atención humana y cercana, construimos una marca que no solo entrega paquetes, sino también confianza.

## **6.2. Ecosistema Digital y Análisis FODA**

En este apartado se presentan los activos digitales de VYG encomiendas nacionales.

1. Evaluación de activos digitales propios (RRSS, YouTube, TikTok, Facebook)

**a. ¿Los perfiles digitales están completos y alineados con la marca?**

<b>Canal</b>	<b>Estado de perfil</b>	<b>Alineación con la marca</b>
<p><b>Facebook</b></p>  <p><i>Ilustración 2</i></p>	<p>Nombre, logo, datos de contacto.</p>	<p>Parcialmente alineado.</p> <p>Falta diseño coherente entre posts.</p>

<p><b>TikTok</b></p>  <p><i>Ilustración 3</i></p>	<p>Nombre e identidad clara.</p>	<p>Contenido en tono cercano.</p> <p>Falta consistencia visual.</p>
<p><b>YouTube</b></p>  <p><i>Ilustración 4</i></p>	<p>Muy poco contenido.</p>	<p>Aún no comunica todo el valor agregado.</p>
<p><b>Instagram</b></p>  <p><i>Ilustración 5</i></p>	<p>Muy poco contenido, se recomienda generar artes publicitarias.</p>	<p>Se recomienda incluir presencia activa</p>

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## b. ¿Qué tono de voz y estilo visual transmiten actualmente?

### —Tono de voz:

Cercano, empático y funcional. Refleja humanidad y orientación al cliente.

### —Estilo visual:

Poco unificado. Predomina azul oscuro y verde, pero sin línea gráfica definida entre plataformas. Falta consistencia en tipografía, marcos, íconos o formatos.

## c. Fortalezas en la comunicación digital:

—En Facebook se genera interacción orgánica con algunos posteos.


- El enfoque en atención personalizada se percibe.
- TikTok refleja una intención de conectar desde lo humano.
- Ya se usa contenido educativo (rastreo, cómo enviar, etc.)

### **Oportunidades:**

- Profesionalizar diseño gráfico (alinear identidad visual).
- Unificar copywriting con valores de marca.
- Consolidar YouTube como canal informativo visual.

## **2. Análisis estratégico de competencia y referentes**

### **a. ¿Qué hacen bien los competidores directos y referentes?**

Marca	Buenas prácticas detectadas
	<p data-bbox="715 1093 880 1131" style="text-align: center;"><b>C807Xpress</b></p> <div data-bbox="609 1294 986 1429" style="text-align: center;">  </div> <p data-bbox="730 1599 865 1626" style="text-align: center;"><i>Ilustración 6</i></p> <p data-bbox="204 1657 1385 1984">La empresa de paquetería se distingue por contar con una logística moderna, organizada y altamente eficiente, que le permite garantizar el cumplimiento en cada etapa del proceso de envío. Gracias a un sistema de rastreo en tiempo real, los clientes pueden monitorear sus paquetes desde el momento en que son recibidos hasta su entrega final, lo que genera una experiencia transparente y confiable.</p>

## Cargo Expreso El Salvador



*Ilustración 7*

Cargo Expreso se consolida como una empresa de paquetería que combina tecnología de rastreo avanzado con una logística eficiente y estructurada, garantizando a sus clientes la seguridad de que cada paquete llegará a su destino de manera puntual y en óptimas condiciones.

## Melo Express



*Ilustración 8*

Melo Express trabaja bajo un modelo logístico moderno y confiable, que garantiza a los clientes entregas seguras, rápidas y con el respaldo de un sistema de rastreo en tiempo real. La prioridad es que cada paquete llegue a su destino de manera puntual y en perfectas condiciones.

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

### **b. Patrones comunes:**

- Uso de videos explicativos (sobre rastreo, procesos, contacto).
- Colores institucionales sólidos y repetitivos para reforzar identidad.
- Resaltan la tecnología como ventaja competitiva (rastreo, app, interfaz).

**c. Elementos que pueden adaptarse o diferenciarse:**

<b>Adaptar de la competencia</b>	<b>Diferenciar con valor propio</b>
Mayor profesionalismo visual	Humanizar aún más la experiencia.
Enfoque en seguridad y cobertura	Refuerzo de empatía, cercanía y resolución.
Automatización y eficiencia	Mostrar procesos + rostros reales del equipo.

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

**4. Análisis FODA del Ecosistema Digital**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Atención al cliente cercana y rápida en digital.	Diseño gráfico no unificado ni profesional.
Presencia multicanal activa (Facebook, TikTok, Instagram).	Bajo aprovechamiento de Tik Tok e Instagram.
Comunicación de rastreo y cobertura nacional.	Tono de voz no estandarizado.

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Mejorar identidad visual y storytelling.	Alta competencia con branding consolidado.
Potenciar contenido audiovisual educativo.	Saturación de empresas similares en RRSS.
Alinear campañas digitales con diferenciadores emocionales.	Pérdida de interés por falta de consistencia.

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

### 6.3. Círculo Dorado

#### CÍRCULO DORADO de V&G Encomiendas Nacionales

##### ¿Por qué existimos?

Porque creemos en el crecimiento de las personas.

V&G Encomiendas Nacionales nació para ser un aliado confiable de quienes emprenden, venden o apoyan a sus familias desde distintas partes del país.



*Ilustración 9. Logo de V&G*

Nuestra razón de ser es facilitar que los productos, sueños y esfuerzos de los salvadoreños lleguen a donde deben estar: seguros, a tiempo y con una atención humana.

##### ¿CÓMO lo logramos?

Con excelencia, empatía y compromiso. Ofrecemos un servicio que genera confianza gracias a procesos rápidos, atención personalizada y tecnología accesible. Nos esforzamos en resolver de forma inmediata, comunicar con transparencia y actuar siempre desde la cercanía.

##### ¿Qué ofrecemos?

Somos una empresa de encomiendas nacionales que brinda:

- Entrega de paquetes en agencias.
- Recolección de paquetería a domicilio.
- Entregas puerta a puerta en todo el país.
- Pagos accesibles: por transferencia o en agencia.
- Rastreo digital y atención vía Messenger, y WhatsApp

## **7. Diagnóstico de la Presencia Digital (opcional si es caso aplicado)**

### **7.1. Análisis de redes actuales de una marca/empresa**

#### **1. Perfil y presencia digital**

##### **TikTok**



*Ilustración 10. Logo Tik Tok*

—Los videos promocionales muestran al equipo en rutas en El Salvador, destacando imágenes de entrega y zonas donde operan, lo que aporta autenticidad regional

##### **Facebook**



*Ilustración 11. Facebook*

—Publicaciones sobre actualizaciones en las rutas, testimonios reales de emprendedores y espacios que promueven la oportunidad de comercializar sus productos.

## **Instagram**



*Ilustración 12. Instagram*

—Imágenes que muestran el estado de las entregas, acompañadas de información sobre los destinos y las rutas hacia dónde se dirigen.

## **2. Fortalezas detectadas**

—**Contenido real:** Los videos muestran el día a día del equipo de reparto en zonas concretas, lo que da credibilidad local.

—**Claridad operacional:** Se comunica ruta de entregas, destinos atendidos y horarios consistentes.

—**Contacto accesible:** Número telefónico visible y horario de atención amplio (lunes a sábado)

### 3. Oportunidades y áreas de mejora

#### A. Consistencia y frecuencia

—Publicaciones diarias sobre las rutas para dejar la paquetería.

#### B. Diversidad de redes

—Actividad clara en Instagram y Facebook. El perfil muestra publicaciones frecuentes, genera confianza y facilita interacciones con el público.

#### C. Interacción con la audiencia

—Poca interacción por parte de los usuarios en cuenta a reacciones y comentarios.

#### D. Branding y páginas oficiales

—El sitio web está en construcción (“V & G Encomiendas”)

—La web visible y actualizada fortalece la reputación y ofrece canales seguros para consultas.

### 4. Recomendaciones estratégicas

Área	Acción sugerida
<b>TikTok &amp; Reels</b> <b>IG</b>	Publicar videos periódicos mostrando rutas, testimonios de clientes y avances.
<b>Instagram y</b> <b>Facebook</b>	Crear publicaciones regulares: carruseles, historias, anuncios de rutas y promociones.
<b>Social Listening</b>	Monitorizar menciones de la marca y responder comentarios o inquietudes.

<b>Chatbots o respuestas AI</b>	Implementar atención automática para FAQs, seguimiento de envíos y cotizaciones.
<b>Análisis predictivo</b>	Usar métricas de publicaciones (engagement, vistas) para determinar patrones de mejor rendimiento y horarios óptimos de publicación.
<b>Página web operativa</b>	Avanzar con un sitio propio con información actualizada, formularios y chat de soporte.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## 7.2. Perfil del público objetivo

### 1. Datos Sociodemográficos

Variable	Descripción
<b>Ubicación</b>	A nivel nacional.
<b>Edad</b>	18 a 60 años. Adultos jóvenes que trabajan, envían o reciben paquetes.
<b>Género</b>	Mixto (hombres y mujeres por igual).
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Medio a medio-bajo. Personas con acceso limitado a paquetería internacional o privada, que valoran economía y confiabilidad.
<b>Ocupación</b>	Emprendedores, trabajadores informales, estudiantes, empleados públicos o del comercio.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### 2. Perfil Psicográfico

Variable	Características
<b>Personalidad</b>	Prácticos, ahorrativos, valoran la puntualidad y el trato personal.

<b>Estilo de vida</b>	Personas activas, que manejan tiempo limitado y necesitan soluciones logísticas rápidas y locales.
<b>Valores</b>	Confianza, responsabilidad, accesibilidad.
<b>Motivaciones</b>	Asegurar que sus paquetes lleguen a familiares, clientes o proveedores con seguridad.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### 3. Intereses

- Envío de productos o compras en línea nacionales.
- Servicios económicos de transporte y logística.
- Emprendimientos pequeños (ropa, cosméticos, productos por catálogo).
- Apoyo familiar (envíos a zonas rurales o a familiares en otras ciudades).
- Tecnología básica: usan WhatsApp, Facebook e Instagram.

### 4. Comportamientos de Consumo

<b>Comportamiento</b>	<b>Descripción</b>
<b>Frecuencia de envío</b>	1–2 veces al mes, dependiendo de actividad comercial o necesidad familiar.
<b>Canales preferidos</b>	Redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram), visitas presenciales.
<b>Decisión de compra</b>	Influenciada por confianza, recomendaciones boca a boca, tiempos de entrega y trato directo.
<b>Forma de contacto preferida</b>	Messenger, para dudas y consultas. Y WhatsApp, para remuneraciones.

<b>Uso de redes sociales</b>	Alta en Facebook e Instagram, uso creciente de TikTok para entretenimiento.
------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### 7.3. Competencia en redes

#### Competidores principales en El Salvador



Ilustración 13. C807 Express

#### **C807**

—Muy activo en redes (Facebook, sitio web propio), comunicando servicios, rutas y nuevas iniciativas como transporte marítimo.

#### **Se destacan por:**

- Entregas semanales rápidas desde EE. UU. a El Salvador en dos días como máximo.
- Servicio puerta a puerta custodiado, con reposición completa en caso de pérdidas.
- Públicamente promueven mensajes de confianza y seguridad que refuerzan su branding.

#### **Melo Express**

Es una empresa salvadoreña especializada en servicios de paquetería y casilleros. Ofrece una solución eficiente para enviar y recibir paquetes dentro del país, atendiendo a San Salvador, San Miguel y otras zonas.

—Cuenta con una propuesta integral: logística, ecommerce, casilleros y gestión de redes sociales empresariales.

—Aunque ofrece servicios sólidos, su presencia en redes sociales propias no aparece tan prominente ni enfocada exclusivamente en encomiendas, sino más bien como agencia digital.

### **Cargo express**

Es una empresa de servicios logísticos y paquetería presente en varios países de Centroamérica, incluyendo El Salvador, Tiene presencia regional con rutas que cubren todo el país, ofreciendo entregas confiables y visibilidad del envío en tiempo real.

#### **1. Cobertura nacional y regional**

Opera a nivel nacional en El Salvador y también en otros países centroamericanos, facilitando envíos fluidos y bien coordinados.

#### **2. Rapidez en entregas**

—**Servicio Estándar:** entrega al siguiente día hábil. Para envíos interdepartamentales, la entrega ocurre en el segundo día hábil.

#### **3. Opciones de cobro flexibles**

—**C.O.D. (Cash on Delivery):** el paquete se entrega y se cobra el valor de la mercancía al destinatario, con posterior liquidación al remitente.

### **¿Qué hacen bien estas marcas?**

#### **Lo que hacen bien:**

—**Cobertura nacional e internacional para e-commerce:** Retiran productos desde la puerta del cliente y entregan tanto a nivel nacional como internacional, aprovechando más de 28 años de experiencia.

—**Tecnología Smart Delivery:** Ofrecen rastreo en tiempo real, notificaciones y control de rutas mediante una plataforma digital intuitiva.

—**Variedad de servicios:** Incluyen entrega regular al siguiente día hábil, cobro contra entrega, envío a cobrar y opciones económicas donde el usuario retira en agencia.

—**Entrega económica el mismo día:** Con el ‘Servicio Económico Hoy’, permiten entregas rápidas —por solo \$2 + IVA— siempre que se entregue el paquete en agencia.

—**Red de agencias y atención al cliente:** Cuentan con al menos 17 agencias a nivel nacional, con atención que incluye horarios extendidos y recepción incluso los domingos en ciertas ubicaciones.

## **Melo Express**

### **Lo que hacen bien:**

—**Envíos y domicilios a nivel nacional:** Ofrecen un servicio flexible que permite enviar y recibir paquetes en todo el territorio salvadoreño.

—**Personalización de servicios:** En áreas como San Salvador, brindan opciones de paquetes personalizados y adaptación al cliente, incluyendo cotizaciones directas.

—**Presencia digital e interacción social:** Mantienen una comunidad activa en redes sociales (Facebook, TikTok), lo que facilita la comunicación directa con los clientes.

## **Cargo Expreso**

### **Lo que hacen bien:**

—**Cobertura integral y profesional:** Su red cubre todo el país, con personal entrenado, flota en buen estado y sistemas de rastreo eficientes.

—**Diversidad de servicios de entrega:**

Servicio estándar (siguiente día o segundo día hábil).

Servicio especial (entrega antes de las 10 a.m. del día siguiente).

Same Day Plus (entrega el mismo día antes de las 6 p.m. en la Gran San Salvador).

—**Opciones flexibles de pago:** Incluyen Cash on Delivery (C.O.D.) y Collect (pago por parte del destinatario), ideales para negocios que desean simplificar sus ventas.

—**Seguridad y visibilidad:** Ofrecen rastreo del paquete, lo que permite a los clientes saber en todo momento dónde se encuentra su envío.

—**Valores corporativos sólidos:** Se distinguen por su enfoque en la honestidad, responsabilidad, respeto y orden, con una misión clara orientada a transformar la industria logística.

## **8. Propuesta de Valor**

En este apartado se muestra y explica de manera clara y concisa los beneficios únicos que VYG encomiendas nacionales ofrece a sus clientes, y por qué un cliente debería elegir su producto o servicio en lugar de la competencia.

### **8.1. Perfiles de Cliente (tareas, dolores y ganancias)**

#### **MAPA DE PROPUESTA DE VALOR – V&G ENCOMIENDAS NACIONALES**

##### **Perfil 1: Emprendedora Local (frecuente)**

**Ejemplo:** Sofía, 32 años, vende ropa por catálogo en San Miguel.

Categoría	Detalle
<b>Tareas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar productos semanalmente a distintos departamentos.</li> <li>• Coordinar entregas rápidas para mantener la confianza del cliente.</li> <li>• Tener control sobre el seguimiento de cada paquete.</li> </ul>
<b>Dolores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pérdida o retraso en las entregas afecta su reputación.</li> <li>• Dificultad para obtener información clara o soporte rápido.</li> <li>• Temor a reclamos por paquetes extraviados.</li> </ul>
<b>Ganancias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregas puntuales y confirmadas.</li> <li>• Rastreo digital accesible.</li> <li>• Atención humana para resolver cualquier inconveniente.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## Perfil 2: Padre/Madre que envía a familiares (ocasional)

**Ejemplo:** Mario, 40 años, envía medicamentos a su madre en Morazán.

Categoría	Detalle
<b>Tareas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar ropa, medicinas o víveres a familiares.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar todo sin complicarse ni salir mucho.</li> <li>• Garantizar que los paquetes lleguen sanos y salvos.</li> </ul>
<b>Dolores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Miedo a que se pierdan objetos con valor emocional.</li> <li>• Incertidumbre sobre si ya fue entregado.</li> <li>• Trato impersonal o procesos complicados, remuneraciones tardías.</li> </ul>
<b>Ganancia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación directa y clara.</li> <li>• Servicio de recolección a domicilio.</li> <li>• Certeza de que sus seres queridos reciben lo que necesitan.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### Perfil 3: Negocio en crecimiento (cliente empresarial)

**Ejemplo:** Andrea, 27 años, tienda online de productos naturales.

<b>Categoría</b>	<b>Detalle</b>
<b>Tareas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar decenas de pedidos semanales a nuevos clientes.</li> <li>• Usar un sistema que escale con su volumen de ventas.</li> <li>• Cumplir con las garantías de entrega ofrecidas.</li> </ul>

<b>Dolores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de tarifas flexibles por volumen.</li> <li>• Procesos lentos o falta de automatización.</li> <li>• Soporte ineficiente en caso de múltiples reclamos.</li> </ul>
<b>Ganancias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aliado logístico a largo plazo.</li> <li>• Descuentos por volumen o envíos frecuentes.</li> <li>• Integración sencilla de atención vía WhatsApp y rastreo.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Perfil 4: Estudiante o joven digital (ocasional – generación Z)

**Ejemplo:** Kevin, 22 años, estudia en San Salvador, recibe paquetes de su familia.

<b>Categoría</b>	<b>Detalle</b>
<b>Tareas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir paquetes desde casa con facilidad.</li> <li>• Coordinar envíos rápidos para no perder clases o actividades.</li> <li>• Comunicar por redes o mensajería.</li> </ul>
<b>Dolores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paquetes que llegan tarde o cuando no está disponible.</li> <li>• Poca digitalización o procesos engorrosos.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de opciones modernas de pago, remuneraciones tardías.</li> </ul>
<b>Ganancias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio ágil, rastreable y con contacto por WhatsApp.</li> <li>• Flexibilidad para recibir en horarios accesibles.</li> <li>• Opciones de pago digital y sin complicaciones.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## SÍNTESIS GENERAL – PATRONES Y APRENDIZAJES CLAVE

<b>Dimensión</b>	<b>Insight Clave</b>
<b>Motivación común</b>	Todos los perfiles valoran la confianza en el servicio, quieren evitar complicaciones y desean soluciones ágiles.
<b>Frustración dominante</b>	Retrasos, pérdida de paquetes y falta de atención clara son los dolores más frecuentes.
<b>Valor agregado esperado</b>	El rastreo digital, la atención personalizada y la comunicación directa por WhatsApp son considerados diferenciales importantes.
<b>Cambio deseado</b>	Un servicio cercano, confiable y accesible que les dé seguridad, reduzca su carga mental y les permita seguir con sus tareas sin preocupaciones.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## 8.2. Mapeo de productos y servicios

### 1. Productos y servicios de V&G Encomiendas Nacionales

Servicio / Producto	Descripción breve
Envío de paquetería en agencia	Recepción de paquetes en puntos físicos autorizados.
Recolección a domicilio	El cliente solicita que pasen a retirar su paquete.
Entrega puerta a puerta	Entregas directas al destinatario, sin intermediarios.
Pago en agencia o transferencia	Opciones de pago flexible para todo tipo de cliente.
Rastreo en línea	Seguimiento del estado del paquete en tiempo real.
Atención vía Messenger	Comunicación directa para resolver dudas o consultar entregas.
Asesoría en embalaje	Sugerencias para evitar daños o extravíos.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### 2. Mapeo de Oferta vs. Perfiles de Cliente

#### Perfil 1: Emprendedora Local (frecuente)

Elemento	Aliviador de Dolores	Creador de Ganancias	Tipo de Valor

Rastreo en línea	Reduce ansiedad por pérdida o retraso.	Proporciona control total y confianza.	Funcional / Emocional
Atención por Messenger	Resuelve dudas rápidamente.	Facilita soporte continuo, incluso fuera de horarios.	Emocional
Confirmación de entrega	Elimina incertidumbre del cierre de venta.	Refuerza la credibilidad con su cliente final.	Funcional
Recolección a domicilio	Ahorra tiempo y evita salir de tu negocio.	Aumenta la eficiencia operativa.	Funcional

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## Perfil 2: Padre/Madre que envía a familiares (ocasional)

Elemento	Aliviador de Dolores	Creador de Ganancias	Tipo de Valor
Confirmación de entrega	Brinda tranquilidad de que su ser querido recibió el paquete.	Reafirma el valor emocional del envío.	Emocional

Servicio puerta a puerta	Elimina barreras logísticas (familiares que no pueden ir a recoger).	Facilita el cuidado a distancia.	Funcional / Emocional
Atención humana	Evita la sensación de trato impersonal.	Crea una experiencia empática y confiable.	Emocional
Asesoría en embalaje	Reduce el riesgo de daño en productos delicados.	Asegura la integridad del paquete enviado con cariño.	Funcional

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### Perfil 3: Negocio en crecimiento (cliente empresarial)

Elemento	Aliviador de Dolores	Creador de Ganancias	Tipo de Valor
Rastreo en línea	Evita reclamos y pérdidas en logística de múltiples paquetes.	Transmite profesionalismo a sus clientes.	Funcional / Cambio de vida
Atención por Messenger	Soluciona múltiples preguntas al mismo tiempo.	Optimiza el tiempo y aumenta la productividad.	Funcional

Recolección a domicilio	Evita pausas en su operación para salir a entregar paquetes.	Escalabilidad del negocio sin fricción logística.	Funcional / Cambio de vida
Opciones de pago	Simplifica el proceso administrativo de cobros y entregas.	Aumenta la flexibilidad para facturar o distribuir.	Funcional
Alianzas o tarifas corporativas (potencial)	Elimina barreras de costos por crecimiento.	Permite expandir sin aumentar proporcionalmente los gastos.	Cambio de vida

Fuente: Elaboración propia, 2025.

#### Perfil 4: Estudiante o joven digital

Elemento	Aliviador de Dolores	Creador de Ganancias	Tipo de Valor
Rastreo digital	Reduce la frustración por desconocer el estado del paquete.	Da control sin tener que hacer llamadas.	Funcional
Atención vía Messenger	Alinea con sus hábitos de comunicación.	Permite resolver todo desde el móvil.	Funcional / Emocional

Servicio flexible (hora y lugar)	Evita ausencias en la entrega.	Genera comodidad y fidelización.	Funcional
Pago digital	Elimina la necesidad de efectivo.	Se adapta a sus preferencias tecnológicas.	Funcional / Emocional

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### 3. Análisis General – Patrones y Ventajas Competitivas

#### Coincidencias clave entre los 4 perfiles:

—El rastreo en línea y la atención por Messenger son las dos soluciones más transversales y valoradas.

—Todos los perfiles valoran seguridad y certeza, pero lo expresan de formas distintas (control, tranquilidad, profesionalismo).

—La recolección a domicilio y entregas puerta a puerta representan comodidad para unos y escalabilidad para otros.

#### Ventajas competitivas claras:

—Alto valor funcional con herramientas accesibles (Messenger, rastreo, flexibilidad de pago).

—Fuerte valor emocional a través de la atención personalizada, especialmente importante para padres, estudiantes y emprendedoras.

—Potencial para generar cambio de vida en negocios en crecimiento.

#### Oportunidades:

—Formalizar un programa para emprendedores frecuentes (con descuentos o paquetes por volumen).

—Automatizar respuestas básicas en Messenger (para aumentar la eficiencia sin perder cercanía).

—Incorporar más valor social, destacando cómo se apoya a emprendedores locales y a familias salvadoreñas.

### 8.3. Frases clave y ventaja competitiva

**Tabla: Propuesta de Valor y Ventaja Injusta por Audiencia**

<b>Audiencia</b>	<b>Propuesta de Valor</b>	<b>Ventaja Injusta</b>	<b>Racional Creativo</b>
<b>Emprendedor a Local</b>	Ayudamos a emprendedoras salvadoreñas a cumplir con sus entregas sin errores, logrando que sus negocios crezcan con confianza y respaldo.	Es el único servicio que entiende su ritmo, ofrece rastreo real y atención personalizada como si fuera parte de su equipo.	El mensaje conecta con su necesidad emocional de seguridad y su deseo de crecer profesionalmente. Se posiciona V&G como socio logístico, no solo proveedor.
<b>Padre/Madre que envía a familiares</b>	Ayudamos a madres y padres a enviar con tranquilidad lo que más importa, logrando que sus	Es el único servicio que entrega como si fuera familia: con seguimiento, empatía	Esta audiencia valora la confianza y el vínculo emocional. El tono es

	familias reciban todo a tiempo y con cuidado.	y compromiso humano.	cálido, familiar y tranquilizador.
<b>Negocio en crecimiento</b>	Ayudamos a pequeños negocios en expansión a operar sin fricciones, logrando una logística rápida, escalable y sin interrupciones.	Es el único servicio que crece contigo: con eficiencia, volumen adaptable y soporte real.	El enfoque se centra en eficiencia, profesionalismo y flexibilidad operativa. Refuerza que V&G es solución, no limitante.
<b>Estudiante joven digital</b>	Ayudamos a jóvenes que reciben o envían paquetes a coordinar todo desde su celular, logrando entregas cómodas, puntuales y sin estrés.	Es el único servicio 100% adaptado a sus hábitos: WhatsApp, rastreo instantáneo y entregas sin complicaciones.	Se usa un lenguaje directo y tecnológico. Resalta simplicidad, movilidad y rapidez. Perfecto para una audiencia joven y conectada.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### **Versión General (para branding institucional)**

#### **Propuesta de Valor General:**

En VYG Encomiendas Nacionales conectamos a personas y negocios salvadoreños con quienes más importan, garantizando entregas seguras, rápidas y confiables, respaldadas por una atención cercana y humana que nos distingue en cada envío.

### **Ventaja Injusta General:**

Somos un servicio de encomiendas que combina tecnología accesible, trato personalizado y presencia nacional para entregar más que paquetes: entregamos confianza.

## **9. Perfil de Audiencias**

### **9.1. Buyer Persona (psicodemográfico y mapa de empatía)**

#### **Buyer Persona 1: Sofía Ramírez – La Emprendedora Responsable**

—**Edad:** 32 años

—**Género:** Femenino

—**Ubicación:** San Miguel, El Salvador

—**Profesión / Ocupación:** Emprendedora (vende ropa y accesorios por catálogo y redes)

—**Nivel socioeconómico:** Medio

—**Hábitos digitales:** Activa en WhatsApp y Facebook. Publicar los productos en grupos de ventas. Revisa historias, responde clientes y coordina envíos casi a diario.

—**Hobbies:** Ver tutoriales de emprendimiento, pasar tiempo con sus hijos, tomar fotos de sus productos.

—**Intereses:** Marketing digital básico, herramientas de organización, promociones para emprendedoras, economía del hogar.

—**Insight:** *“Quiero hacer crecer mi negocio y que mis clientas estén felices, pero me estresa no tener control sobre las entregas o perder tiempo esperando respuestas.”*

### **Buyer Persona 2: Mario González – El Padre Solidario**

—**Edad:** 41 años

—**Género:** Masculino

—**Ubicación:** Usulután, El Salvador

—**Profesión / Ocupación:** Técnico de mantenimiento / empleado de empresa local

—**Nivel socioeconómico:** Medio-bajo

—**Hábitos digitales:** Usa WhatsApp y Facebook Messenger para comunicarse con su familia. Prefiere llamadas a textos. Ve vídeos en YouTube.

—**Hobbies:** Jugar fútbol los fines de semana, compartir en familia, ver noticias en el celular.

—**Intereses:** Seguridad, bienestar familiar, soluciones prácticas, servicios accesibles.

—**Insight:** *“Quiero enviar cosas a mi mamá sin preocuparme, pero me da miedo que no lleguen bien o no me avisen si ya las recibió.”*

### **Buyer Persona 3: Andrea López – La Dueña de Tienda Online**

—**Edad:** 27 años

—**Género:** Femenino

—**Ubicación:** San Salvador, El Salvador

—**Profesión / Ocupación:** Fundadora de un e-commerce de productos naturales

—**Nivel socioeconómico:** Medio-alto

—**Hábitos digitales:** Muy activa en Instagram y TikTok. Usa Canva, Google Drive y WhatsApp Business. Atiende a sus clientes casi exclusivamente en línea.

—**Hobbies:** Crear contenido, escuchar podcasts de negocios, hacer ejercicio en casa.

—**Intereses:** Marketing digital, automatización de procesos, sostenibilidad, herramientas de productividad.

—**Insight:** *“Quiero escalar mi tienda y que los envíos no se conviertan en un problema, pero a veces pierdo tiempo solucionando errores que no son míos.”*

#### **Buyer Persona 4: Kevin Mejía – El Joven Conectado**

—**Edad:** 22 años

—**Género:** Masculino

—**Ubicación:** San Salvador (estudia en la UES, vive lejos de su familia)

—**Profesión / Ocupación:** Estudiante universitario / freelance digital

—**Nivel socioeconómico:** Medio

—**Hábitos digitales:** Navega constantemente por TikTok, Instagram y Facebook. Usa WhatsApp.

—**Hobbies:** Gaming, editar videos, ver series, estudiar desde el celular.

—**Intereses:** Tecnología, eficiencia, servicios digitales, comodidad, tiempo libre.

—**Insight:** *“Quiero recibir mis paquetes sin perder clases ni estar pendiente todo el día, pero a veces no sé ni cuándo llegan ni cómo reclamarlos.”*

#### **Análisis General Comparativo**

<b>Variable</b>	<b>Sofía (Emprendedora)</b>	<b>Mario (Padre)</b>	<b>Andrea (Negocio digital)</b>	<b>Kevin (Estudiante)</b>
<b>Edad</b>	32	41	27	22

<b>Digitalidad</b>	Media-alta	Baja-media	Alta	Alta
<b>Motivación principal</b>	Crecer su negocio	Cuidar a su familia	Escalar con eficiencia	Comodidad y control
<b>Frustración clave</b>	Pérdida de tiempo, seguimiento deficiente	Incertidumbre de entrega	Solución de errores que no controla	Falta de avisos o flexibilidad
<b>Conexión emocional</b>	Seguridad, control	Tranquilidad, cuidado	Profesionalismo, eficiencia	Agilidad, libertad
<b>Tipo de contenido ideal</b>	Testimonios reales, promociones	Explicaciones claras, atención cercana	Herramientas digitales, integración de servicios	Videos cortos, mensajes directos

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### Insights clave para la estrategia de V&G

1. **La confianza y el control** son esenciales para todos, aunque se manifiestan de distintas maneras (negocio, familia, comodidad).
2. **La tecnología debe ser accesible y fácil**, no compleja ni invasiva.
3. **El trato humano y la empatía son diferenciales fuertes**, especialmente para quienes no son nativos digitales.

4. **Segmentar la comunicación según lenguaje, tono y canal** es crucial para conectar con cada perfil (ej. WhatsApp para todos, Instagram para Andrea, TikTok para Kevin).

### **Mapa de empatía**

## Mapa de Empatía – V&G Encomiendas Nacionales

### 1. Sofía Ramírez – La Emprendedora Responsable

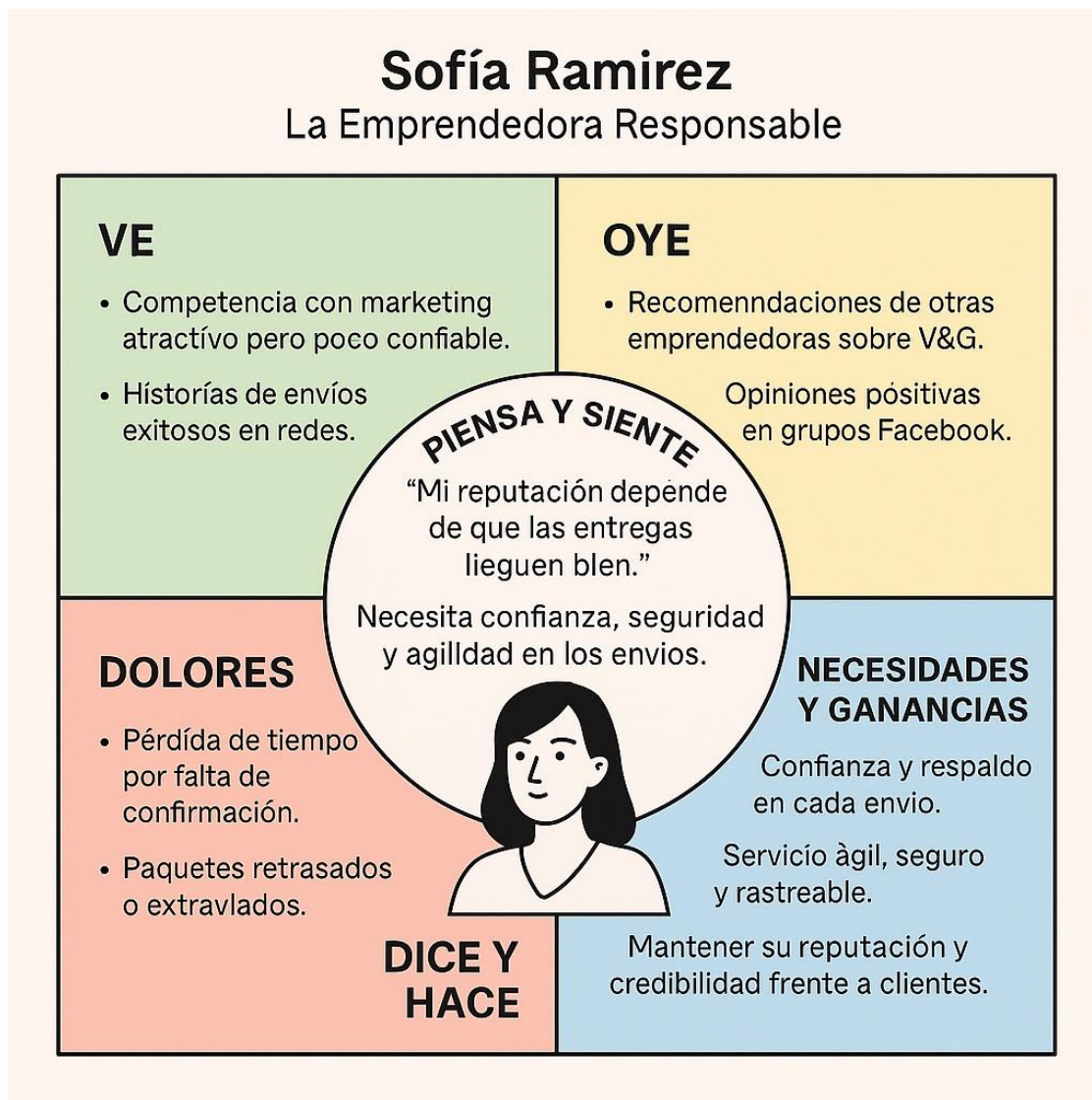
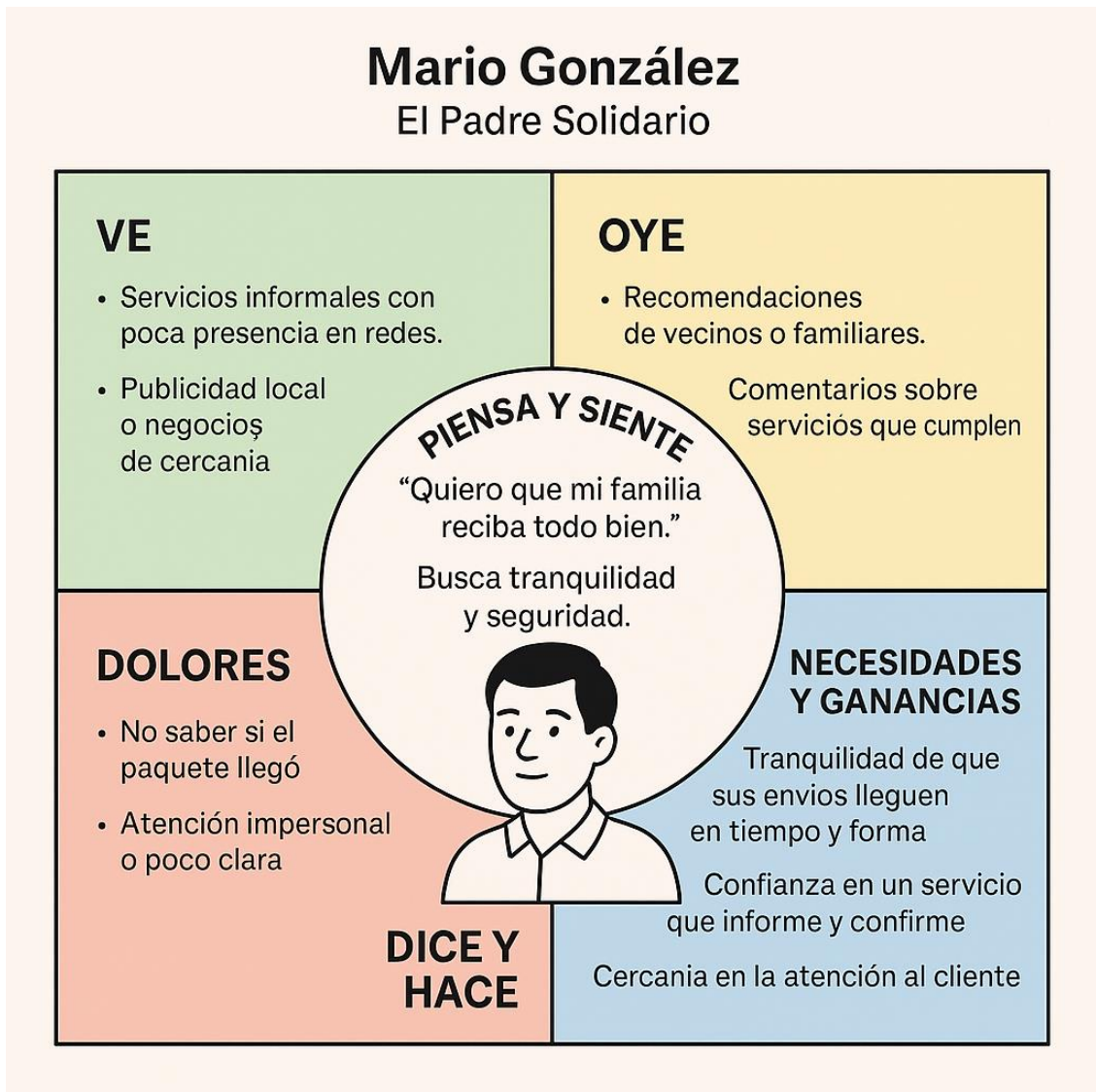


Ilustración 14. Mapa de empatía

### Resultados esperados

- Entregas seguras y puntuales.
- Confirmación inmediata y trato humano.

 2. Mario González – El Padre Solidario



*Ilustración 15. Mapa de empatía 2*

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### Resultados esperados

—Confirmación directa de entrega.

—Entregas a domicilio sin inconvenientes.

### 3. Andrea López – La Dueña de Tienda Online

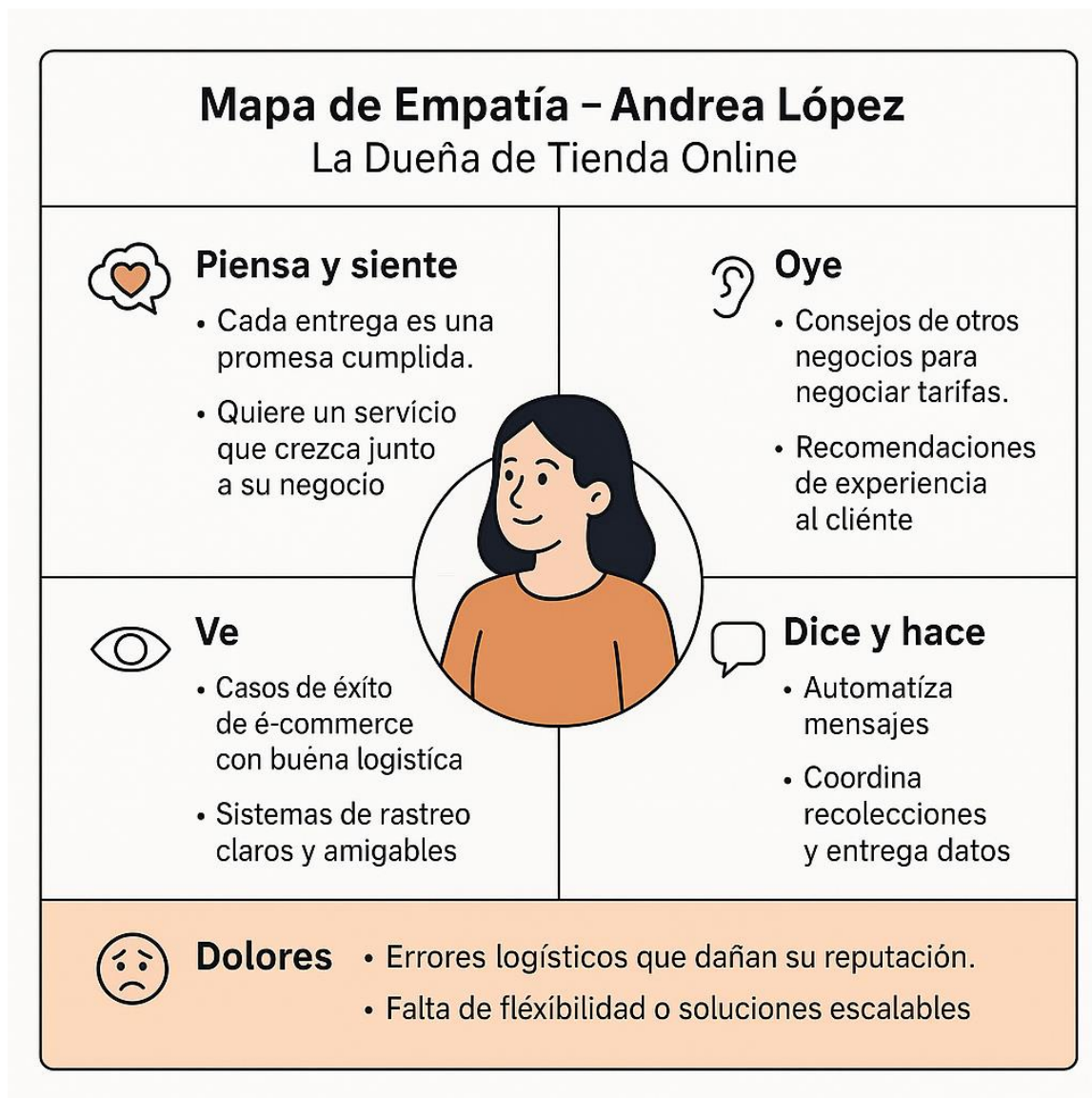


Ilustración 16. Mapa de empatía 3

Fuente: Elaboración propia, 2025.

#### Resultados esperados

—Integración digital y alianzas sólidas.

—Eficiencia y rapidez constante.

#### 4. Kevin Mejía – El Joven Conectado

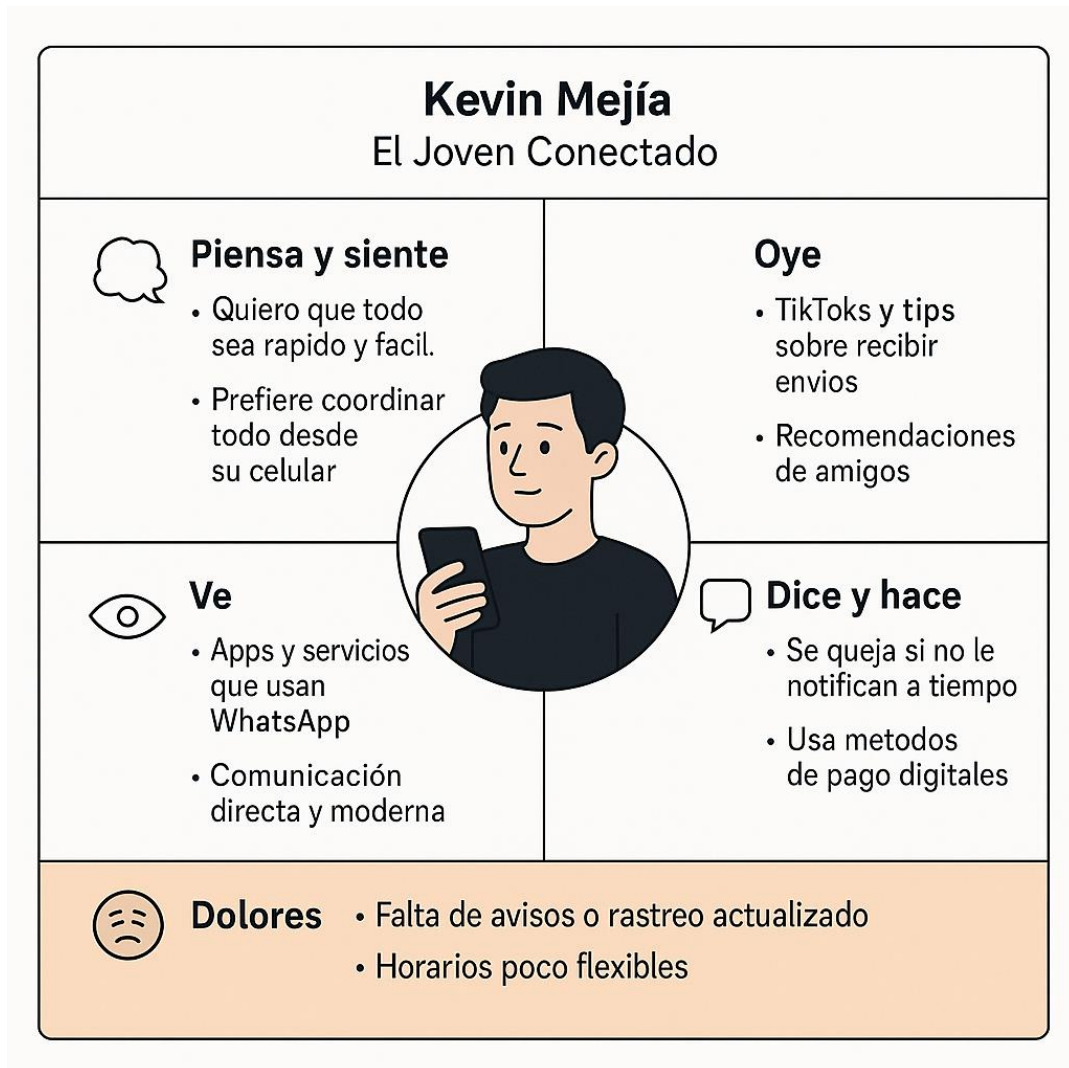


Ilustración 17. Mapa de empatía 4

Fuente: Elaboración propia, 2025.

#### Resultados esperados

—Entregas puntuales y notificadas.

—Procesos simples y rápidos.

**Patrones clave detectados:**

- Todos quieren seguridad y control sobre el envío.
- El WhatsApp es el canal universal, aunque su uso varía.
- La confirmación inmediata es un valor esencial para todos.
- El trato humano + tecnología simple es la ventaja estratégica de V&G.

**9.2. Objetivos estratégicos por perfil****1. Sofía Ramírez – La Emprendedora Responsable****Objetivo principal:**

Asegurar que cada envío fortalezca su reputación y le ahorra tiempo, convirtiendo a V&G en su aliado logístico confiable.

**Objetivos estratégicos:**

1. Implementar programas de fidelización con descuentos por volumen y beneficios exclusivos para emprendedoras.
2. Optimizar el rastreo digital con confirmaciones automáticas vía WhatsApp y Messenger..
3. Diseñar contenido educativo (tips de embalaje, manejo de inventarios, ventas seguras) para redes sociales.
4. Garantizar atención personalizada y prioritaria a clientes frecuentes.

**2. Mario González – El Padre****Objetivo principal:**

Generar total confianza en que su familia recibirá sus envíos a tiempo y sin complicaciones.

**Objetivos estratégicos:**

1. Asegurar un sistema de notificaciones proactivo que confirme recolección y entrega sin que el cliente lo solicite.
2. Ofrecer entregas puerta a puerta con cobertura extendida a zonas rurales.
3. Promover campañas de confianza y cercanía usando testimonios de clientes reales.
4. Simplificar la atención al cliente por llamada y Messenger para quienes prefieren trato directo.

**3. Andrea López – La Dueña de Tienda Online****Objetivo principal:**

Ser su socio estratégico en logística, capaz de escalar junto con su negocio y adaptarse a picos de demanda.

**Objetivos estratégicos:**

1. Ofrecer tarifas corporativas y planes flexibles para envíos recurrentes.
2. Integrar herramientas digitales para la gestión de envíos.
3. Crear un servicio de recolección programada que optimice su tiempo.
4. Generar reportes de rendimiento logístico que respalden su servicio ante sus clientes.

**4. Kevin Mejía – El Joven Conectado****Objetivo principal:**

Facilitar la recepción y envío de paquetes con procesos rápidos, claros y adaptados a su estilo de vida digital.

**Objetivos estratégicos:**

1. Implementar avisos automáticos de entrega en tiempo real por Facebook.
2. Ofrecer pagos 100% digitales y opciones rápidas de registro/envío.
3. Diseñar campañas en TikTok e Instagram con un tono juvenil y cercano.
4. Garantizar flexibilidad de horarios y reprogramación sencilla de entregas.

## 10. Diseño Estratégico en Redes Sociales

### 10.1. Estrategia de contenido

Plan de Contenidos para V&G Encomiendas Nacionales

Perfil	Tipo de Contenido	Formato	Frecuencia
<b>Sofía Ramírez (Emprendedora Responsable)</b>	Tips de logística y ventas; Historias de clientas exitosas; Promociones por volumen	Reels en Instagram/Facebook; Carruseles con consejos; Testimonios en video	3 veces por semana
<b>Mario González (Padre Solidario)</b>	Historias emotivas; Garantías de seguridad; Información clara de servicios	Videos cortos en Facebook; Infografías simples; Publicaciones con fotos reales de entregas	2 veces por semana

<b>Andrea López</b> (Dueña de Tienda Online)	Soluciones para e-commerce; Alianzas y casos de éxito; Novedades tecnológicas	Lives en Instagram; Posts con datos y estadísticas	1 a 2 veces por semana
<b>Kevin Mejía</b> (Joven Conectado)	Contenido divertido sobre entregas; Hacks para enviar/recibir; Promociones express	TikToks; Historias interactivas en IG; adaptados a logística	3 a 4 veces

Fuente: Elaboración propia, 2025.

## 10.2. Estrategia de segmentación y publicidad digital

### 1. Público Meta

#### Definición:

El conjunto más amplio de personas que potencialmente pueden utilizar los servicios de V&G, sin segmentación detallada, pero que encajan en el mercado general de encomiendas nacionales.

#### Descripción:

- Residentes en áreas urbanas y semiurbanas con acceso a redes sociales y WhatsApp.
- Incluye emprendedores, familias, estudiantes y trabajadores.
- Personas que envían o reciben paquetes por negocio, familia o conveniencia personal.
- Nivel socioeconómico medio y medio-bajo, con hábitos digitales básicos a intermedios.

## **2. Público Objetivo**

### **Definición:**

Segmento específico y priorizado del público meta, con características y necesidades concretas sobre las que se diseñan las estrategias de marketing.

### **Segmentos principales:**

#### **1. Emprendedoras y pequeños negocios**

- Edad: 25 a 40 años.
- Envían paquetes varias veces por semana.
- Buscan seguridad, rapidez y tarifas competitivas.
- Alta presencia en WhatsApp, Facebook e Instagram.

#### **2. Familias que envían a sus seres queridos**

- Edad: 30 a 50 años.
- Envía 1 o 2 veces al mes.
- Prioriza seguridad, confianza y atención humana.
- Uso frecuente de WhatsApp y Facebook.

#### **3. Negocios digitales y e-commerce**

- Edad: 23 a 35 años.
- Ventas 100% online, requieren integración logística.
- Necesitan escalabilidad y seguimiento automatizado.
- Uso intensivo de Instagram, WhatsApp Business y TikTok.

#### **4. Jóvenes estudiantes y usuarios digitales**

- Edad: 18 a 28 años.
- Envían o reciben ocasionalmente.
- Priorizan rapidez, notificaciones y flexibilidad.

—Alta actividad en TikTok, Instagram y WhatsApp.

### **3. Plataforma con Mayor Engagement para V&G**

Plataforma líder: WhatsApp

#### **Por qué:**

—Es el canal más usado por todos los segmentos.

—Permite atención personalizada, envíos de fotos, ubicaciones y rastreo.

—Alto índice de respuesta inmediata (engagement superior al 80%).

#### **—Estrategias recomendadas:**

—Mensajes de confirmación automáticos.

—Listas de difusión para promociones segmentadas.

—Uso de catálogos para mostrar tarifas y servicios.

#### **Plataforma social con mayor alcance: Facebook**

#### **Por qué:**

—Amplia penetración en El Salvador, especialmente en público de 25 a 50 años.

—Facilita compartir testimonios, y atención por Messenger.

—Útil para campañas pagadas con segmentación local.

#### **Plataforma de alto engagement juvenil: TikTok e Instagram**

#### **Por qué:**

—Conecta con usuarios jóvenes y negocios digitales.

—Contenido breve, visual y entretenido genera interacción rápida.

—Ideal para tutoriales, historias detrás de escena y promociones express.

### 10.3. Automatización del marketing en redes

#### Automatización del Marketing en Redes para V&G

##### 1. Objetivo de la Automatización

- Mantener presencia constante en redes sin depender 100% del trabajo manual.
- Mejorar la velocidad de respuesta al cliente.
- Personalizar la comunicación según cada tipo de audiencia (emprendedoras, familias, negocios digitales, jóvenes).
- Reducir errores y olvidos en publicaciones o respuestas.

##### 2. Elementos a Automatizar

###### A. Publicaciones Programadas

- Herramientas: Meta Business Suite (Facebook e Instagram)

###### Qué automatizar:

- Reels y carruseles educativos para emprendedoras (1 vez por semana).
- Testimonios y promociones para familias (1 vez por semana).
- Videos breves para TikTok con tips (1 a 2 veces por semana).

**Beneficio:** Mantener consistencia sin publicar manualmente todos los días.

###### B. Respuestas Automáticas en WhatsApp

###### Qué automatizar:

- Mensaje de bienvenida: "*¡Hola! Gracias por contactarnos en V&G Encomiendas.*
- Respuesta fuera de horario: con horarios, enlaces y opción de rastreo.
- Plantillas de respuesta rápida para precios, seguimiento y requisitos.

**Beneficio:** Atención inmediata 24/7 sin perder el toque humano.

### **C. Chatbots en Facebook Messenger e Instagram DM**

—Herramientas: Automatización de Meta.

#### **Qué automatizar:**

—Preguntas frecuentes (tarifas, cobertura, horarios, requisitos).

—Envío de enlaces para rastreo en línea.

—Solicitud de datos para cotización automática.

**Beneficio:** Filtra y atiende clientes sin sobrecargar al equipo.

### **D. Campañas Segmentadas con Retargeting**

**Herramientas:** Facebook Ads, Instagram Ads, Google Ads.

#### **Qué automatizar:**

—Anuncios dirigidos a personas que ya interactuaron con publicaciones.

—Recordatorios de servicios para clientes que ya enviaron paquetes.

—Promociones específicas según ubicación.

**Beneficio:** Aprovechar audiencias y aumentar conversiones.

### **E. Email y Mensajería Automatizada**

—Herramientas: Sendinblue, WhatsApp API.

#### **Qué automatizar:**

—Boletines mensuales con novedades y promociones.

—Envío de cupones de descuento para clientes recurrentes.

—Confirmación automática de entrega con agradecimiento.

**Beneficio:** Fidelización y recordación de marca.

## **3. Flujo de Automatización Sugerido para V&G**

- Publicación programada → Cliente comenta o envía mensaje.
- Respuesta automática inicial → Chatbot recopila datos y canaliza.
- Asesor humano interviene si es un caso especial.
- Registro automático del cliente en base de datos (email + WhatsApp).
- Seguimiento post-venta automatizado (confirmación de entrega + oferta futura).

#### **4. Beneficios para V&G**

- Ahorro de tiempo: menos trabajo manual.
- Mayor alcance: presencia activa en varias plataformas.
- Atención constante: incluso fuera de horario.
- Mejor segmentación: mensajes personalizados por tipo de cliente.
- Medición precisa: datos claros para tomar decisiones.

### **10.4. Integración de herramientas de IA**

#### **1. Atención al Cliente Inteligente**

##### **Herramientas:**

—Chatbots con IA → ManyChat, Tidio, Intercom o Bots nativos de Meta con GPT integrados.

—WhatsApp API + IA para respuestas rápidas y personalizadas.

##### **Usos:**

—Responder preguntas frecuentes (tarifas, cobertura, rastreo).

—Enviar confirmaciones de entrega en lenguaje natural.

—Escalar consultas complejas a un agente humano.

**Beneficio:** Respuesta 24/7, más rápida y consistente.

#### **2. Análisis de Datos y Predicción de Demanda**

**Herramientas:**

- Power BI + Azure Machine Learning.
- Google Cloud AutoML o BigQuery con IA

**Usos:**

- Identificar rutas y horarios con mayor demanda.
- Predecir picos de envíos (ej. fechas festivas, días de pago).
- Optimizar asignación de recursos (vehículos, personal).

**Beneficio:** Ahorro en costos y tiempos, mayor eficiencia logística.

**3. Marketing y Contenido Automatizado****Herramientas:**

- Canva Magic Studio (IA para diseño).
- ChatGPT/GPT-5 para redacción de copys y guiones.
- Pictory, Synthesia o HeyGen para crear videos con IA.

**Usos:**

- Crear campañas segmentadas con mensajes personalizados para cada Buyer Persona.
- Generar imágenes y videos promocionales rápidos.
- Adaptar un mismo contenido a varios formatos (Reel, TikTok, Historia).

**Beneficio:** Más contenido en menos tiempo y con estilo profesional.

**4. Análisis de Sentimiento en Redes Sociales****Herramientas:**

- Brandwatch, Sprout Social, Hootsuite Insights.
- Google Natural Language API.

**Usos:**

—Detectar comentarios negativos o positivos en tiempo real.

—Medir la percepción de la marca y reacciones a campañas.

—Responder más rápido a crisis de reputación.

**Beneficio:** Mejora en la imagen y retención de clientes.

## 5. Optimización de Precios y Promociones

—**Herramientas:**

**IA de Dynamic Pricing (como Prisync o Competera).**

**Usos:**

—Ajustar tarifas según demanda, zona y competencia.

—Crear promociones automáticas para clientes recurrentes.

**Beneficio:** Aumentar ventas y mantener competitividad.

## 6. Entrenamiento y Capacitación con IA

—Kahoot AI, Eduflow, ChatGPT personalizado.

**Usos:**

—Capacitar al personal en atención al cliente y uso de herramientas.

—Simular casos reales de interacción con clientes.

**Beneficio:** Mejor servicio, menos errores humanos.

## 10.5. Presupuesto estimado

**Presupuesto de Marketing – V&G Encomiendas Nacionales**

**Presupuesto Detallado**

<b>Categoría</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Usos Principales</b>	<b>Beneficio Clave</b>	<b>Inversión (USD)</b>
Atención al Cliente Inteligente	WhatsApp API + Chatbot (ManyChat/Tidio)	Responder FAQs, confirmaciones automáticas, escalar a agente humano	Atención 24/7, reducción de tiempos de respuesta	\$350
Marketing y Contenido Automatizado	Canva Magic Studio, ChatGPT/GPT-5, Pictory/HeyGen básico	Creación de posts, reels y copys personalizados	Más contenido en menos tiempo y con estilo profesional	\$200
Publicidad Digital (Meta Business)	Meta Business Suite (Facebook/Instagram Ads)	Campañas segmentadas por ubicación y perfil	Mayor alcance, captación de clientes	\$250
Email Marketing	Mailchimp/Brevo (plan básico)	Automatización de correos, promociones, recordatorios	Fidelización y relación directa	\$100

Capacitación con IA	ChatGPT + Kahoot AI	Entrenamiento de personal en atención y herramientas	Mejor servicio y menos errores	\$50
<b>TOTAL ANUAL</b>	—	—	—	<b>\$1,000</b>

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### Recomendación:

—Darle mayor peso a Meta Business (25% del presupuesto) porque ahí está la captación de clientes.

—El chatbot IA es el corazón de la atención al cliente (35% del presupuesto).

—Email marketing y capacitación se mantienen básicos, pero estratégicos.

### Plan de Ejecución de Campañas

Mes	Actividad Principal	Responsable	Canales	Objetivo
<b>Mayo-Septiembre</b>	Diseño de campaña mensual con IA	Equipo de Marketing Digital V&G	Facebook, Instagram, WhatsApp	Captación de clientes y fidelización

<b>Mensual</b>	Ajustes en chatbot y segmentación de anuncios	Equipo Digital + Soporte Técnico	WhatsApp + Meta Business	Optimización del servicio al cliente
<b>Mensual</b>	Publicaciones con IA (posts, reels, historias)	Equipo de Diseño y Contenido	RRSS (FB, IG, TikTok)	Mantener presencia digital activa

Fuente: Elaboración propia, 2025.

**Nota:** La campaña se realizará cada mes, diseñada y ejecutada por el grupo de marketing digital de V&G, lo cual garantiza un flujo constante de contenido y publicidad optimizada con IA.

## 11. Plan de Marketing en Redes Sociales

### 11.1. Estrategias HERO, HUB y HELP

#### Estrategia HERO (contenido viral y de alto alcance)

##### Objetivo:

Posicionar a V&G como la marca de confianza en encomiendas a nivel nacional. Como parte de la estrategia se desarrolló un plan con duración de 90 días, en el cual se elaboró y publicó el siguiente contenido

- Contenido de lanzamiento
- Video de transformación operativa
- Campañas especiales de aniversario
- Live en evento de aniversario

—Feria de emprendedores en agencia.

—Videos cortos con storytelling

—Videos testimoniales de clientes reales.

—Lanzamiento de campañas estacionales (ejemplo: día de la madre, fiestas agostinas, navidad).

### **Estrategia HUB (contenido de interés constante)**

#### **Objetivo:**

Mantener a la comunidad informada y conectada.

—Publicaciones semanales sobre beneficios de usar V&G (seguridad, cobertura, atención inmediata).

—Historias en instagram y facebook con casos de éxito

—Live, videos, historias explicativas sobre rastreo y atención al cliente.

—Reels/tiktoks, historias mostrando procesos de envío

—Publicaciones, historias de llegada a los destinos

—Publicaciones informativas de retrasos, cambios de Horarios e incidentes con las entregas.

—Organización de historias destacadas informativas.

### **Estrategia HELP (contenido educativo y de soporte)**

#### **Objetivo:**

Resolver dudas y educar a los clientes para mejorar su experiencia.

—Infografías

—Tutoriales.

—Faqs En Publicaciones Destacadas (Formas De Pago, Horarios, Puntos De Entrega).

—Recursos Descargables (Checklist Para Envíos, Guías Rápidas).

—Artes Informativos

—Artes Métodos De Pago

—Artes, Videos, Historias Del Nuevo Portal V&G

—Publicaciones, Historias, Videos, Tik Toks Informativos De Afiliación Al Portal

—Artes ¿Sabías Que?

—Historias, Post Y Copys De Como Participar En Casos De Éxito

—Historias Del Dia A Dia.

### 11.2. Campañas segmentadas por perfil

Perfil / Buyer Persona	Nombre de la campaña	Objetivo específico	Mensaje clave	Formato y canal sugerido	Frecuencia
<b>Sofía Ramírez (Emprendedora Responsable)</b>	“Negocios que Crecen con V&G”	Posicionar a V&G como aliado logístico de emprendedoras.	<i>“Nosotros entregamos tu producto, tú entregas confianza.”</i>	Carruseles en Instagram/Facebook, Reels educativos, mini-guías PDF	1-2 veces por semana
	“Tips de Logística Inteligente”	Educar sobre empaque, tiempos y volumen.	<i>“Un buen envío asegura un cliente feliz.”</i>	Carruseles + tutoriales cortos	Semanal
<b>Mario González (Padre Solidario)</b>	“Conectamos Familias”	Reforzar la confianza y emocionalidad del servicio.	<i>“Tus paquetes llegan con amor y seguridad.”</i>	Reels emotivos, testimonios familiares en video, fotos reales	1 vez por semana
	“Historias que Viajan”	Mostrar cómo V&G une a familias.	<i>“Detrás de cada envío, hay un abrazo que espera.”</i>	Spot corto (FB, YouTube), posts con citas	Mensual (alto impacto)
<b>Andrea López (Dueña de Tienda Online)</b>	“Tu Tienda, Tu Logística”	Mostrar soluciones adaptadas al e-commerce.	<i>“Vende sin límites, nosotros llegamos por ti.”</i>	Lives en Instagram, tutoriales de recolección, carruseles de herramientas digitales	Quincenal
	“Casos de Éxito con V&G”	Inspirar confianza en nuevos negocios.	<i>“Cuando creces, crecemos contigo.”</i>	Reels con testimonios, entrevistas rápidas	Mensual
<b>Kevin Mejía (Joven Conectado)</b>	“Envíos Express con V&G”	Atraer jóvenes que buscan rapidez y facilidad digital.	<i>“Pide, paga y recibe sin complicaciones.”</i>	TikToks con trends, Reels dinámicos, memes	2-3 veces por semana
	“Hack V&G”	Contenido divertido + educativo sobre cómo enviar/recibir.	<i>“Enviar nunca fue tan fácil.”</i>	Stories interactivas + TikTok tutorial	Semanal

Fuente: Elaboración propia, 2025

### 11.3. Calendario y formatos a 3 meses

	SEMANA 1 (28 DE MAY AL 3 DE JUN)	SEMANA 2 (4 DE JUN AL 10 DE JUN)	SEMANA 3 (11 DE JUN AL 18 DE JUN)	SEMANA 4 (19 DE JUN AL 25 DE JUN)	SEMANA 5 (26 DE JUN AL 2 DE JUL)	SEMANA 6 (3 DE JUL AL 9 DE JUL )	SEMANA 7 (10 DE JUL AL 16 DE JUL )	SEMANA 8 (17 DE JUL AL 23 DE JUL )	SEMANA 9 (24 DE JUL AL 30 DE JUL )	SEMANA 10 (31 DE JUL AL 6 DE AGOST)	SEMANA 11 ( 7 DEAGOST AL 13 DE AGOST )	SEMANA 12 (14 DE AGOST AL AL 20 DE AGOST)	SEMANA 12 (21 DE AGOST AL AL 28 DE AGOST)
HELP	REUNION Y CAPACITACION	DIA DE GRABACION CAPACITACION				DIA DE GRABA CION CAPAC ITACION	RETROALIMENTACION DE VIDEOS, HISTORIAS DEL PORTAL V&G						
	INICIO DE CAMPAÑA PORTAL V&G	MONITOREO Y CONTROL DEL PORTAL			TUTORIALES	PUBLICACIONES, HISTORIAS, VIDEOS, TIK TOKS INFORMATIVOS DE AFILIACIÓN AL PORTAL,							
	PUBLICACION DE CONTENIDO PORTAL V&G				FAQS EN PUBLICACIONES DESTACADAS, ARTES INFORMATIVOS, ARTES MÉTODOS DE PAGO ARTES , ¿SABÍAS QUE?								
HUB	LANZAMIENTO O CASOS DE ÉXITO (CADA DOMINGO)	ORGANIZACIÓN DEL CONTENIDO	PUBLICACIONES, HISTORIAS DE LLEGADA A LOS DESTINOS										
	BENEFICIOS DE USAR V&G (AL DIA 1 PUBLICACION ES)	CAPACITACION DEL PERSONAL DE REDES				CAPACITACION DEL PERSONAL DE REDES POR MET	CAPACITACION DEL PERSONAL DE REDES POR MET	CAPACITACION DEL PERSONAL DE REDES			VENTAJAS DE TRABAJO CON V&G ARTES, HISTORIAS		
	LIVE, VIDEOS, HISTORIAS EXPLICATIVAS SOBRE RASTREO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.		PUBLICACION VIDEOS ARTES, ENCUESTAS, PARA GENERAR INTERACCION (2 CADA SEMANA)										
HERO	VIDEO DE INSTRUCCIÓN PORTAL					VIDEOS TESTIMONIALES DE CLIENTES REALES.						CAMPAÑAS ESPECIALES DE ANIVERSARIO LIVE EN EVENTO DE ANIVERSARIO	
	VIDEO VIRAL PORTAL V&G		DÍA DEL PADRE	PUBLICACIONES DE ARTES, COPYS, HISTORIAS Y RELS DE DOMICILIOS V&G UN NUEVO SERVICIO							FIESTAS AGOSTINAS		FERIA DE EMPREENDEDORES EN AGENCIA.
						VIDEO S CORTOS CON STORY TELLIN G						PUBLICACIONES, VIDEOS Y SEGUIMIENTO E ORGANIZACIÓN DEL EVENTO EN LAS 2 SUCURSALES	

Fuente: Elaboración propia, 2025

### 11.4 Calendario a 12 meses

Fuente: Elaboración propia, 2025

Mes	Campaña	Objetivo	Acciones Clave	Buyer Persona	Canales
<b>Enero</b>	HERO - Confianza que llega	Crear notoriedad y confianza en V&G como marca líder de encomiendas.	Spot institucional, campaña de branding en Meta Ads y YouTube.	Sofía (emprendedora), Don Mario (padre solidario).	Meta Ads, YouTube, Facebook, Instagram.
<b>Febrero</b>	HERO - Confianza que llega	Mantener visibilidad institucional con foco en alcance y engagement.	Microinfluencers locales, carruseles de beneficios, campañas de confianza.	Andrea (dueña tienda online), Kevin (joven digital).	Facebook, Instagram, TikTok, microinfluencers.
<b>Marzo</b>	HERO - Confianza que llega	Impulsar reconocimiento de marca a través de contenido audiovisual.	Video institucional 1 min, campaña pagada masiva, análisis de KPIs.	Todos los perfiles para reforzar branding nacional.	YouTube, campañas audiovisuales, Meta Ads.
<b>Abril</b>	HUB - Historias que llegan	Conectar con clientes a través de testimonios e historias reales.	Historias con clientes (Andrea, Sofía, Kevin), reels de casos de éxito.	Andrea (tienda online), Sofía (emprendedora).	Instagram Reels, TikTok, Facebook stories.
<b>Mayo</b>	HUB - Historias que llegan	Incrementar engagement en redes sociales con interacción constante.	Lives educativos, encuestas en historias, tarjetas Cliente VIP.	Kevin (joven digital), Andrea (dueña tienda online).	Lives en Facebook, encuestas en IG, email marketing.
<b>Junio</b>	HUB - Historias que llegan	Consolidar la relación con pymes y emprendedores.	Campaña de email marketing segmentada, CRM para pymes.	Sofía (emprendedora), Don Mario (padre solidario).	CRM, email, LinkedIn para convenios empresariales.
<b>Julio</b>	HELP - Guía de envíos fáciles	Educar clientes sobre procesos de envío y uso del portal.	Infografías (checklist), tutoriales de portal, publicaciones educativas.	Kevin (joven digital), Andrea (tienda online).	Infografías en Facebook, TikTok educativo, blog web.
<b>Agosto</b>	HELP - Guía de envíos fáciles	Reducir dudas recurrentes y mejorar la experiencia del cliente.	FAQs, stories interactivas, posts sobre formas de pago y horarios.	Don Mario (padre solidario), Sofía (emprendedora).	Facebook FAQ, WhatsApp Business, posts educativos.
<b>Septiembre</b>	HELP - Guía de envíos fáciles	Fidelizar a clientes frecuentes y aumentar retención.	Encuesta de satisfacción + recompensas, programa Cliente VIP.	Todos los perfiles para fidelización.	Encuestas online, boletines de fidelización, CRM.
<b>Octubre</b>	HERO/HUB - Navidad con V&G	Impulsar ventas con campañas estacionales y promocionales.	Promoción Día de la Madre, reels con testimonios familiares.	Don Mario (padre solidario), Sofía (emprendedora).	Reels IG/FB, campañas Meta Ads temáticas.
<b>Noviembre</b>	HERO/HUB - Navidad con V&G	Maximizar interacción en temporada alta (Navidad).	Campaña especial de Navidad, reels de agradecimiento a clientes.	Andrea (tienda online), Kevin (joven digital).	Campaña multicanal, email marketing Navidad.
<b>Diciembre</b>	HERO - Relanzamiento Branding	Reforzar identidad corporativa y proyectar V&G 2026.	Relanzamiento visual (branding guidelines), reporte anual y proyección.	Todos los perfiles, proyección estratégica.	Redes sociales, web institucional, comunicados internos.

## 12. Implementación de Estrategias con IA

### 12.1. Automatización y herramientas aplicadas

#### 1. Gestión y Programación de Contenidos

##### Herramientas sugeridas:

- Meta Business Suite** → gratuita, para programar IG y FB.
- Metricool o Buffer** → planificación multi-plataforma.
- Canva + IA (Magic Studio)** → diseño de piezas con plantillas automatizadas.

##### Automatización aplicada:

- Programación mensual de publicaciones (HERO, HUB y HELP).
- Biblioteca de contenidos reutilizables.
- Recordatorios automáticos de fechas clave (ej. Día de la Madre, Navidad).

#### 2. Atención al Cliente 24/7

##### Herramientas sugeridas:

- WhatsApp + Flujos automatizados.
- Messenger e Instagram DM Bots integrados con GPT.

##### Automatización aplicada:

- Mensajes automáticos de bienvenida:** *“Gracias por escribirnos a V&G, ¿quieres enviar, recibir o cotizar un envío?”*
- FAQ programadas:** tarifas, cobertura, requisitos, horarios.
- Respuestas fuera de horario** con info útil y enlace de rastreo.
- Escalamiento automático a humano** para casos complejos.

#### 3. Campañas Segmentadas y Retargeting

**Herramientas sugeridas:**

—Facebook Ads Manager + Audiencias personalizadas.

—Google Ads (campañas locales y de display).

**Automatización aplicada:**

—Retargeting automático a usuarios que visitan la web o interactúan en redes.


—Envío de promociones según tipo de cliente (ej. descuentos a emprendedores recurrentes).

—Segmentación automática por cluster (familias, jóvenes, emprendedores).

**4. Seguimiento, Fidelización y Postventa****Herramientas sugeridas:**

—Messenger para confirmaciones.

**Automatización aplicada:**

—Confirmación automática de entrega con agradecimiento: *“Tu paquete llegó seguro con V&G  Gracias por confiar en nosotros.”*

—Newsletter mensual con tips, promociones y testimonios.

—Cupones automáticos a clientes recurrentes.

—Encuesta de satisfacción post-envío automatizada.

**Flujo Ideal de Automatización**

1. **Publicación programada** → genera interacción.
2. **Chatbot responde** → filtra consulta y deriva si es necesario.
3. **CRM registra cliente** → segmenta por perfil.
4. **Campaña automática** → retargeting
5. con ofertas personalizadas.
6. **Post-venta automática** → confirmación + fidelización.

## 12.2. Uso de datos y personalización en redes

Estrategia para Recolectar, Analizar y Personalizar la Comunicación de Marca

### 1. Recolección de la Marca (Datos e Interacciones)

La marca se “recoge” en el ecosistema digital a través de las interacciones de usuarios en redes sociales y canales propios:

—**Facebook e Instagram:** comentarios en publicaciones sobre rutas, entregas y promociones.

—**Messenger:** consultas directas sobre tarifas, cobertura, confirmaciones de entrega y pago de remuneraciones.

—**TikTok y Reels:** visualización de contenido juvenil y testimonios reales que muestran rutas y personal de V&G.

Una vez recolectados los datos, se analizan con herramientas digitales (Meta Business, métricas nativas y social listening básico).

#### Se evalúan:

—**Frecuencia y tipo de consultas:** qué preguntan más (ej. “¿ya llegó mi paquete?”, “¿cubren esta zona?”).

—**Nivel de interacción por plataforma:** Facebook genera confianza en adultos y familias; Instagram/TikTok atrae a jóvenes y negocios digitales.

—**Sentimiento del usuario:** comentarios positivos sobre rapidez, negativos sobre demoras o falta de avisos.

—**KPIs:** CTR, CPC, tasa de conversión, engagement (likes, compartidos, mensajes).

**Respuestas Rápidas Personalizadas – V&G Encomiendas Nacionales**

## 1. Emprendedoras y Negocios Locales

### Situación:

Preguntan por tarifas, envíos frecuentes o rastreo.

### Respuesta sugerida:

*“¡Hola, gracias por escribirnos! 🙌 En V&G sabemos lo importante que es cumplir con tus clientas. Podemos apoyarte con tarifas especiales según la frecuencia de tus envíos y un sistema de rastreo en tiempo real para que siempre tengas el control. ¿Te comparto nuestras opciones de envío para negocios?”*

## 2. Familias que envían a sus seres queridos

### Situación:

Consultan si el paquete ya fue entregado o cómo enviar algo a un familiar.

### Respuesta sugerida:

*“¡Buenas tardes! 😊 Con V&G tu familia siempre recibe lo que más importa con cuidado y puntualidad. Ya puedes consultar el estado de tu paquete en nuestro sistema de rastreo, o si lo prefieres te confirmamos por este medio. ¿Deseas que verifique ahora tu envío?”*

## 3. Negocios Digitales y E-commerce

### Situación:

Consultan sobre recolección a domicilio, rapidez o integración digital.

### Respuesta sugerida:

*“¡Hola! 🚀 Gracias por confiar en V&G. Sabemos que cada entrega es parte de la experiencia de tu tienda online, por eso ofrecemos recolección programada, entregas rápidas y notificaciones automáticas. ¿Quieres que te comparta el proceso para agendar tu recolección hoy mismo?”*

#### **4. Jóvenes y Usuarios Digitales**

##### **Situación:**

Piden rapidez, notificaciones o pago digital.

##### **Respuesta sugerida:**

*“¡Hey! 📱 Con V&G todo lo gestionas desde tu celular: rastreo instantáneo, notificaciones en tiempo real y pagos digitales fáciles. Así no pierdes tiempo ni clases 😊. ¿Quieres que te muestre cómo rastrear tu paquete ahora mismo?”*

##### **Beneficios Estratégicos**

- Mayor engagement:** Mensajes adaptados aumentan la interacción y confianza.
- Optimización de campañas:** Se invierte en audiencias con más probabilidad de conversión.
- Fidelización:** Clientes sienten cercanía al recibir mensajes alineados con su realidad.
- Reputación:** Se evita comunicación genérica y se proyecta empatía y profesionalismo.

### **12.3. KPI y dashboards para seguimiento**

#### **1. Áreas que se medirán**

- Atención al cliente digital (Messenger, WhatsApp, chatbots).
- Publicidad digital y redes sociales (Meta Ads, TikTok, Instagram, Facebook).

- Engagement y crecimiento de la comunidad.
- Logística y experiencia del cliente (entregas, tiempos, reclamos).
- Conversión y fidelización (clientes recurrentes, negocios que escalan con V&G).

## **2. KPIs Clave**

### **Atención al Cliente**

- Tiempo promedio de respuesta (FRT): tiempo que tarda en responder un mensaje.
- Tasa de resolución en el primer contacto (FCR): % de consultas resueltas sin escalamiento.
  - Satisfacción del cliente (CSAT): encuesta rápida post-atención.

### **Redes Sociales y Marketing Digital**

- Alcance orgánico y pagado: personas que ven los contenidos en FB, IG y TikTok.
- CTR (Click Through Rate): % de usuarios que hacen clic en anuncios o links de rastreo.
- CPC (Costo por clic): eficiencia de la inversión en Meta Ads.
- Engagement rate: interacciones (likes, comentarios, mensajes) sobre alcance total.

### **Logística y Experiencia**

- Tasa de entregas a tiempo: % de paquetes entregados dentro del plazo prometido.
- Tasa de extravío/reclamo: número de reclamos por cada 100 envíos.
- Tiempo promedio de entrega: días/horas desde recolección hasta destino.

### **Negocio y Fidelización**

- Clientes recurrentes: % de usuarios que envían más de una vez al mes.
- Valor promedio por cliente (CLV): ingresos por cada cliente en un periodo.
- Tasa de retención: % de clientes que siguen enviando con V&G después de 3 meses.

### 3. Visualización en Dashboards

#### Herramientas sugeridas:

- Meta Business Suite → métricas de alcance, clics y segmentación en FB/IG.
- Google Data Studio / Looker → consolidar datos de redes, campañas y logística.
- Power BI → predicción de demanda y KPIs logísticos.

Ejemplo de visualización:

#### 1. Dashboard de Atención al Cliente

- Gráfico de velocidad de respuesta (línea temporal).
- Porcentaje de consultas resueltas en el primer contacto (barra).
- Nivel de satisfacción del cliente (medidor tipo velocímetro).

#### 2. Dashboard de Marketing Digital

- Alcance vs engagement (gráfico de dispersión).
- CPC y CTR de campañas (líneas comparativas por semana).
- Ranking de publicaciones con mayor interacción (tabla dinámica).

#### 3. Dashboard Logístico

- Tasa de entregas a tiempo vs retrasos (torta / donut chart).
- Reclamos por zona geográfica (mapa de calor).
- Tiempo promedio de entrega por región (línea temporal).

#### 4. Dashboard de Negocio / Fidelización

- Número de clientes nuevos vs recurrentes (barras comparativas).
- CLV y retención (curva acumulada mensual).
- Ventas generadas por campañas digitales (KPI numérico destacado).

### 13. Estrategia de Contenidos y Funnel Digital

## 13.1. Posicionamiento, tono y arquetipo de marca

### Posicionamiento de Marca

#### Propuesta:

V&G Encomiendas Nacionales se posiciona como la empresa de logística cercana, confiable y ágil que ayuda a emprendedores, familias y jóvenes a conectar con lo que más importa, combinando seguridad, rapidez y atención personalizada.

#### Frase de posicionamiento (branding corto):

*“Más que paquetes, entregamos confianza y cercanía en cada envío.”*

#### Diferenciadores frente a la competencia:

- Atención humana + automatización digital.
- Cobertura nacional amplia.
- Confianza respaldada por seguridad y trazabilidad.
- Cercanía emocional: historias, familias y negocios que crecen con la marca.

#### Tono de Comunicación

- Cercano y empático → lenguaje directo, cálido y humano.
- Inspirador y motivador → impulsa a emprendedores y jóvenes.
- Confiable y transparente → sin tecnicismos innecesarios, claro en promesas.
- Dinámico y digital → en plataformas como TikTok o Reels, tono más juvenil.

#### Arquetipo de Marca

El arquetipo que mejor representa a V&G es una combinación de dos:

#### 1. El Cuidador (Caregiver):

—**Esencia:** proteger, ayudar, cuidar y dar tranquilidad.

—**Cómo encaja en V&G:** La marca se presenta como un aliado confiable que trata cada envío como algo valioso y emocional (medicinas para un familiar, productos para un negocio, regalos importantes). La **cercanía y empatía** son el eje central.

—**Riesgo:** parecer demasiado protector; para equilibrar, debe mostrarse también como eficiente y moderno.

## 2. El Héroe / Aliado (Hero – Everyman):

—**Esencia:** superar retos y garantizar resultados.

—**Cómo encaja en V&G:** Cada entrega “cumplida a tiempo” se comunica como una promesa cumplida. Proyecta seguridad, rapidez y cumplimiento, valores claves en logística.

## 3. El Amigo (The Everyman)

—**Esencia:** cercanía, empatía, trato humano y lenguaje sencillo.

—**Cómo encaja en V&G:** Sus clientes perciben que no hablan con una gran corporación distante, sino con “gente de confianza” que responde rápido por Messenger o WhatsApp.

### Cómo se traduce en comunicación:

—**Visión de marca:** Ser la empresa de encomiendas más confiable y cercana de El Salvador, conectando personas y negocios con seguridad, rapidez y trato humano.

—**Traducción comunicacional:**

—Mensajes que transmitan confianza y empatía (“Estamos contigo en cada envío”).

—Resaltar el factor humano junto con la tecnología (rostros de colaboradores + herramientas digitales).

—Usar el color institucional (verde y azul marino) como sello de consistencia en todas las piezas.

## Copywriting

### 1. Eslogan / Taglines posibles:

- “Conectamos tus historias, no solo tus paquetes.”
- “Más que envíos, confianza en movimiento.”
- “V&G: tu aliado en cada entrega.”

### 2. Copy para redes sociales:

- Emprendedores: “Tus productos llegan seguros, para que tu negocio crezca sin límites.”
- Familias: “Porque cada paquete lleva cariño, lo entregamos como si fuera nuestro.”
- Jóvenes digitales: “Rastreo instantáneo, envíos sin complicaciones. ¡Hazlo fácil con V&G!”

### 3. Copy institucional:

- “En V&G Encomiendas Nacionales creemos en la confianza, la rapidez y la cercanía. Cada envío conecta personas, sueños y negocios en todo El Salvador.”

## Campañas:

### 1. Campaña HERO (branding):

- Nombre: “Conectamos Historias”.
- Objetivo: generar recordación de marca y mostrar empatía.
- Contenido: videos de clientes reales, testimonios de emprendedores, historias de familias que usan el servicio.

### 2. Campaña HUB (educativa):

- Nombre: “Aliadas del Crecimiento”.
- Objetivo: explicar cómo V&G apoya a emprendedores y negocios digitales.
- Contenido: posts con tips de embalaje, beneficios del rastreo, casos de éxito.

### 3. Campaña HELP (práctica):

—Nombre: “Envíalo Fácil”.

—Objetivo: guiar al cliente en procesos.

—Contenido: tutoriales de envío, FAQs, explicaciones de costos y tiempos.

## Plataformas

—**Facebook** – Canal principal para cobertura masiva, testimonios y atención al cliente.

—**Instagram** – Foco visual y aspiracional: historias, reels y carruseles mostrando confianza y branding emocional.

—**TikTok** – Contenido ágil y entretenido para jóvenes: trends con repartidores, tips rápidos de envíos, dinámicas interactivas.

—**WhatsApp Business** – Atención directa

## 13.2. Funnel de conversión digital por campaña

### Estrategia de Funnel por Iniciativa – 90 días (Optimizada)

Iniciativa	Descripción	Resultado Clave Asociado	Objetivo Estratégico Asociado	Estrategia de Visibilidad	Estrategia de Engagement	Estrategia de Conversión	Estrategia de Recordación	Estrategia de Fidelización
<b>Chatbot IA en WhatsApp</b>	Implementación de chatbot con respuestas automáticas y rastreo integrado.	Reducir el tiempo de respuesta al cliente en un 40%.	Mejorar la experiencia de atención digital.	Campaña de anuncios en FB/IG mostrando “Atención inmediata 24/7 por WhatsApp”.	Gamificación: mensajes interactivos tipo “elige tu ruta” para que prueben el bot.	Botón de acción directo: “Cotiza tu envío aquí” con formulario rápido.	Recordatorio automático de paquetes pendientes vía WhatsApp.	Encuestas post-envío con descuento en el siguiente envío si recomiendan el servicio.

<b>Campañas Meta Ads segmentadas</b>	Publicidad en Meta Business dirigida a emprendedores, familias y jóvenes digitales.	Captar 200 nuevos clientes en 3 meses.	Incrementar clientes digitales mediante segmentación avanzada.	Creatividades dinámicas por Buyer Persona (ej: “haz crecer tu negocio con envíos seguros”).	Comentarios incentivados en posts: pedir que compartan historias de envíos.	Landing page con formulario de registro sencillo y oferta inicial (ej: 10% en primer envío).	Retargeting con anuncios que muestran testimonios de clientes reales.	Programa de recompensas digitales: puntos acumulados por cada envío desde campañas.
<b>Contenido en TikTok e Instagram Reels</b>	Creación de microvideos educativos y testimoniales con IA (HeyGen/Pictory).	Alcanzar 50K visualizaciones y 1,000 interacciones.	Aumentar el reconocimiento de marca en jóvenes y negocios online.	Challenge de TikTok: “Muestra qué envías con V&G” usando hashtag propio.	Encuestas rápidas en historias: “¿Prefieres recibir en agencia o a domicilio?”.	Link en bio con CTA directo a Messenger para cotizar envío.	Publicación de compilados mensuales con los mejores videos de clientes.	Invitación a que los clientes suban su experiencia y participen en sorteos de envíos gratis.
<b>Email Marketing Automatizado</b>	Implementación de flujos de correos de bienvenida, seguimiento y promociones.	Lograr una tasa de apertura del 40% y CTR del 15%.	Fidelizar clientes digitales con comunicación constante.	Publicación en redes invitando a suscribirse para recibir tips y promociones.	Primer correo con storytelling: “Así cuidamos cada envío de V&G”.	Promoción exclusiva en segundo correo: “Envía hoy y recibe un 15% de descuento”.	Serie de correos post-compra con recomendaciones de nuevos servicios.	Newsletter mensual con historias de clientes y un cupón exclusivo para recurrentes.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

### 13.3. Estrategia de fidelización

Sugerencias para la empresa;

#### 1. Programa “Clientes Frecuentes V&G”

**Aplicación:** Implementación de un sistema de puntos acumulables por cada envío registrado en el portal, gestionado de forma automática y canjeable en el mismo canal digital.

#### 2. Notificaciones Inteligentes y Personalizadas

**Aplicación:** Integración del portal de rastreo y WhatsApp Business para enviar mensajes automáticos según la frecuencia de envíos, destinos habituales y fechas relevantes del cliente.

#### 3. Membresía Premium “V&G Plus”

**Aplicación:** Creación de un plan de suscripción mensual o anual con beneficios exclusivos, administrado directamente en el portal y con facturación digital.

#### 4. Encuestas Post-servicio con Incentivos

**Aplicación:** Envío automatizado de encuestas breves al finalizar cada entrega, integradas en el portal de rastreo y vía WhatsApp, con almacenamiento de resultados en una base de datos centralizada.

#### 6. Campañas de Reconocimiento Personalizado

**Aplicación:** Automatización de mensajes de agradecimiento y reconocimiento en el portal y redes sociales, segmentados por clientes frecuentes y recurrentes.

#### 7. Beneficios por Referidos

**Aplicación:** Implementación de un sistema en el portal donde los clientes generen enlaces o códigos únicos de referido, con registro automático de conversiones y aplicación directa de recompensas.

## **14. Resultados Clave (OKRs)**

### **14.1. Objetivos a 90 días y 12 meses**

#### **Objetivos estratégicos (90 días y 12 meses).**

—Resultados clave para cada objetivo.

—Iniciativas estratégicas por resultado clave (acciones concretas de marketing).

#### **Objetivos Estratégicos A 90 días**

—Fortalecer la confianza de los clientes en los canales digitales de atención.

—Incrementar la presencia de marca en redes sociales con contenido diferenciado.

—Optimizar la captación de clientes a través de campañas digitales segmentadas.

—Consolidar el portal de rastreo como herramienta central de comunicación.

—Establecer bases de un sistema de fidelización digital atractivo y funcional.

#### **A 12 meses**

—Posicionar a V&G como la empresa de encomiendas más confiable y cercana en El Salvador.

—Ampliar la comunidad digital con audiencias activas y participativas en todas las redes sociales.

—Convertir el portal y chatbot en un ecosistema integral de atención y ventas digitales.

—Aumentar la recurrencia de clientes mediante programas sólidos de fidelización.

—Potenciar alianzas estratégicas con emprendedores y comercios electrónicos.

## 2 Resultados Clave

**Tabla de Resultados Clave – 90 días**

<b>Objetivo</b>	<b>Resultado Clave 1</b>	<b>Resultado Clave 2</b>	<b>Resultado Clave 3</b>
Fortalecer la confianza en canales digitales	Reducir el tiempo promedio de respuesta a menos de 5 min en WhatsApp/Messenger.	Lograr un 80% de resolución en el primer contacto con chatbot.	Alcanzar una tasa de satisfacción del 85% en encuestas post-servicio.
Incrementar presencia en redes sociales	Generar al menos 40 publicaciones con IA optimizada en 90 días.	Alcanzar 30K interacciones acumuladas en FB, IG y TikTok.	Lograr que el engagement supere el 8% en publicaciones clave.
Optimizar la captación de clientes	Ejecutar 6 campañas de Meta Ads segmentadas por Buyer Persona.	Conseguir 500 leads digitales a través de formularios y landing pages.	Reducir el CPC promedio en un 20% respecto al trimestre anterior.
Consolidar el portal de rastreo	Alcanzar 1,500 usuarios activos en el portal en 90 días.	Asegurar una tasa de uso de rastreo del 70% de clientes.	Integrar notificaciones automáticas de estado de envío en WhatsApp.
Establecer bases de fidelización	Diseñar y lanzar un programa de clientes frecuentes.	Captar al menos 200 usuarios registrados en el programa.	Obtener una tasa de recompra del 20% en clientes registrados.

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

**Tabla de Resultados Clave – 12 meses**

<b>Objetivo</b>	<b>Resultado Clave 1</b>	<b>Resultado Clave 2</b>	<b>Resultado Clave 3</b>
Posicionar a V&G como la empresa más confiable	Lograr 70% de share of voice en menciones positivas en redes.	Mantener un 90% de entregas reportadas a tiempo.	Alcanzar un índice de satisfacción superior al 90%.
Ampliar comunidad digital	Superar los 100K seguidores acumulados en redes.	Mantener engagement promedio de 10% en redes sociales.	Generar 12 colaboraciones con microinfluencers locales.
Convertir portal y chatbot en ecosistema integral	Alcanzar 8,000 usuarios activos en el portal.	Integrar pagos y cotizaciones en línea en el portal.	Generar 25% de conversiones desde chatbot en WhatsApp.
Aumentar recurrencia de clientes	Alcanzar una tasa de recompra del 35%.	Lograr que el 50% de clientes se registre en programa de fidelización.	Reducir la tasa de abandono de clientes en un 20%.
Potenciar alianzas estratégicas	Firmar 15 convenios con emprendimientos o e-commerce.	Lograr 20% de volumen de envíos proveniente de alianzas.	Mantener un crecimiento trimestral de 5% en envíos empresariales.

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

### 3 Iniciativas Estratégicas por Resultado Clave

Tabla de Iniciativas – 90 días

Resultado Clave	Iniciativa 1	Iniciativa 2	Iniciativa 3
Reducir tiempo de respuesta	Implementación de chatbot IA en WhatsApp.	Capacitación express al equipo en tiempos de respuesta.	Integración de alertas internas para mensajes no atendidos en 3 min.
Lograr 80% de resolución en chatbot	Crear librería de respuestas frecuentes basada en consultas reales.	Entrenar chatbot con IA en escenarios de atención.	Monitorear y ajustar flujos semanalmente.
Alcanzar satisfacción 85%	Encuestas automatizadas post-servicio en WhatsApp.	Creación de mensajes personalizados según tipo de cliente.	Respuesta humana inmediata para casos escalados.
40 publicaciones IA	Uso de Canva Magic Studio y GPT-5 para contenido.	Calendario editorial con buyer personas asignadas.	Integración de tendencias virales de TikTok/IG en contenidos.
30K interacciones	Lanzamiento de campañas interactivas en IG stories.	Publicación de videos testimoniales de clientes.	Concursos mensuales con hashtags propios.
500 leads digitales	Formularios conectados a campañas Meta Ads.	Página de aterrizaje optimizada con CTA directo.	Ofertas especiales en primera compra para leads digitales.
1,500 usuarios en portal	Campaña de invitación al portal con tutorial en redes.	Incentivos por registro (ej. puntos o descuentos).	Integración de accesos rápidos en WhatsApp.
Programa clientes frecuentes	Diseño de plan de puntos en portal.	Activación de campaña de invitación vía correo.	Comunicación personalizada a clientes recurrentes.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

**Tabla de Iniciativas – 12 meses**

<b>Resultado Clave</b>	<b>Iniciativa 1</b>	<b>Iniciativa 2</b>	<b>Iniciativa 3</b>
70% share of voice positivo	Estrategia de social listening activo.	Campañas de reputación con testimonios.	Alianzas con medios digitales para notas positivas.
100K seguidores	Inversión continua en Meta Ads de alcance.	Campañas con microinfluencers locales.	Estrategia de contenidos semanales tipo “Hub”.
8,000 usuarios en portal	Funcionalidad de pagos y cotizaciones.	Campaña “Hazlo fácil con el portal V&G”.	Integración de rastreo en app móvil.
35% de recompra	Sistema de fidelización con niveles.	Promociones exclusivas a clientes recurrentes.	Recordatorios de recompra automatizados vía email/WhatsApp.
15 convenios estratégicos	Creación de equipo B2B para captar alianzas.	Paquetes de tarifas especiales para e-commerce.	Campaña “Aliados V&G” destacando negocios socios.

**Fuente:** Elaboración propia, 2025.

## **14.2. Resultados Clave y Métricas**

### **Alcance y Comunidad Digital**

- +25% de seguidores activos en 90 días.
- +60% en 12 meses en las plataformas clave.

### **Engagement y Conversión**

- Engagement rate  $\geq$  5% mensual.
- CTR  $\geq$  2% en campañas pagadas.
- Tasa de conversión digital: mínimo 20% en leads generados vía redes sociales.

### **Experiencia de Cliente**

- Tiempo de respuesta promedio: < 2 minutos (chatbot + atención humana).
- 90% de entregas con notificación automática al cliente.
- Satisfacción  $\geq$  8/10 en encuestas post-servicio.

### **Fidelización y Crecimiento Comercial**

- +30% en envíos recurrentes de clientes actuales.
- 15% de clientes fidelizados inscritos en programas de beneficios.
- 20% de reducción en reclamos por extravío o retraso.

## **14.3. Iniciativas y Plan de Acción**

### **Fortalecimiento Digital y Branding**

- Unificación de línea gráfica y tono de voz.
- Campañas HERO: “Conectamos Historias” (familias y cercanía emocional).
- Campañas HUB: “Aliadas del Crecimiento” (emprendedores y negocios digitales).
- Campañas HELP: tutoriales prácticos, rastreo, tips de embalaje.

### **Automatización e Inteligencia Artificial**

- Implementar chatbots en WhatsApp y Messenger en el primer trimestre.
- Integrar análisis de sentimiento y social listening en el segundo trimestre.

—Crear dashboards con Power BI o Google Data Studio en el tercer trimestre.

### **Fidelización y Retención de Clientes**

—Desarrollar un programa de beneficios para clientes recurrentes.

—Alianzas estratégicas con emprendedores y e-commerce para envíos por volumen.

—Campañas personalizadas por WhatsApp Business segmentadas por región y perfil.

### **Expansión Operativa y Eficiencia**

—Plan de cobertura nacional en 12 meses.

—Recolección programada para negocios digitales.

—Capacitación de equipos en atención digital y herramientas IA.

## **15. Conclusiones y Recomendaciones**

El análisis realizado sobre VYG Encomiendas Nacionales demuestra que la empresa ha logrado posicionarse como un actor relevante en el mercado salvadoreño gracias a su trato humano, cercanía con el cliente y capacidad de adaptación tecnológica. Sin embargo, se identificaron áreas críticas que limitan su crecimiento: la falta de consistencia en el diseño gráfico, el uso poco sistemático de redes como Instagram y TikTok, y la ausencia de un sitio web consolidado. Estos aspectos debilitan la percepción de profesionalismo frente a una competencia que ya explota estrategias digitales más avanzadas.

Asimismo, el estudio evidenció que los clientes valoran de forma transversal la seguridad en la entrega, la comunicación directa y el rastreo en tiempo real. Esto confirma que la propuesta de valor de la empresa está alineada con las expectativas de sus audiencias. No obstante, también se detecta la necesidad de diversificar los formatos de contenido y fortalecer la automatización con inteligencia artificial, a fin de mejorar la eficiencia y la escalabilidad del servicio.

Por otro lado, el FODA y los perfiles de buyer persona ponen en relieve que el crecimiento regional y la diferenciación por atención humana son ventajas estratégicas que, si se comunican con efectividad, pueden generar una ventaja competitiva sostenible. La clave está en equilibrar tecnología con cercanía, asegurando que la innovación no reste calidez al servicio.

En conclusión, VYG se encuentra en un momento decisivo: ya no basta con responder a la demanda actual, sino con anticipar las tendencias digitales, profesionalizar su imagen y consolidar su ecosistema digital para convertirse en un referente no solo nacional, sino también regional.

## **Recomendaciones**

En primer lugar, se recomienda consolidar una identidad visual unificada en todas las plataformas digitales de V&G Encomiendas Nacionales. Esto implica definir una línea gráfica clara con colores institucionales consistentes, tipografías adecuadas y un estilo de diseño homogéneo que refuerce la recordación de marca y transmita mayor profesionalismo frente a la competencia.

Asimismo, es fundamental fortalecer la presencia digital en redes sociales clave como Instagram y TikTok, con contenido creativo, educativo y entretenido que se adapte a las características de los diferentes perfiles de clientes. Al mismo tiempo, se debe priorizar la construcción y actualización constante de un sitio web oficial que centralice la información de la empresa, sus tarifas, servicios y opciones de rastreo.

Otra recomendación importante es profundizar en la automatización de procesos mediante inteligencia artificial, especialmente en WhatsApp y Messenger. La implementación de chatbots permitirá gestionar consultas frecuentes, confirmaciones de

entrega y cotizaciones de forma inmediata, sin perder el toque humano que caracteriza a la marca. Esto contribuirá a reducir tiempos de respuesta, mejorar la experiencia del cliente y optimizar los recursos del equipo.

De igual manera, se aconseja desarrollar programas de fidelización que otorguen beneficios a clientes frecuentes, como descuentos por volumen o planes corporativos dirigidos a emprendedoras y negocios digitales. Estas acciones, además de estimular la lealtad, permitirán consolidar relaciones a largo plazo y disminuir la migración hacia competidores.

Finalmente, se recomienda invertir en campañas segmentadas que respondan a los intereses y motivaciones de cada buyer persona, aprovechando los formatos más efectivos para cada público. A la par, es necesario implementar sistemas de analítica avanzada y dashboards de KPIs que permitan medir en tiempo real el impacto de las estrategias y realizar ajustes oportunos. Con ello, V&G estará en condiciones de no solo responder a la demanda actual, sino también de prepararse para la expansión regional hacia mercados centroamericanos, fortaleciendo su posicionamiento como una empresa innovadora, cercana y confiable

## Referencias bibliográficas

- Labajos, N. S. (2017, 10 de octubre). Revolución del marketing digital. Blog d'Economía i Empresa. <https://blogs.uoc.edu/economia-empresa/es/revolucion-marketing-digital/>.
- Alfaro Ventura, M. A. (2010). La optimización de los resultados de la reforma educativa para enfrentar la violencia escolar mediante la utilización de la televisión (Tesis de maestría, Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas"). Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas".
- Auronix. (2021, 10 de septiembre). Conectar con clientes: ¿Por qué las redes sociales son la mejor opción en este momento? Auronix. <https://www.auronix.com/blog/conectar-con-clientes-porque-las-redes-sociales-son-la-mejor-opcion-en-este-momento>.
- Uribe Saavedra, F., Rialp Criado, J., & Llonch Andreu, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. Cuadernos de Administración, 26(47), 205–231.
- Fernández, Y. (2025, 1 de agosto). ChatGPT: qué es, cómo usarlo y qué puedes hacer con este chat de inteligencia artificial. Xataka. <https://www.xataka.com/basics/chatgpt-que-como-usarlo-que-puedes-hacer-este-chat-inteligencia-artificial>.
- Enríquez, D. (2023, 5 de abril). Meta Business Suite: Guía para principiantes. IEBS Business School. <https://www.iebschool.com/hub/que-es-meta-business-suite-como-usarlo-redessociales/>.
- Juanyo. (2023, 17 de noviembre). Cómo usar Notion – Guía rápida. Carrera Profesional: Mejora Profesionalmente. <https://carreraprofesional.com/tutorial/como-usar-notion/>.
- Tekla. (2023, 14 de noviembre). Los 15 KPIs para redes sociales más importantes que medir. Tekla, agencia digital. <https://tekla.io/blog/kpis-redes-sociales/>.
- Llopart Casanovas, A. (2023, 17 de febrero). Indicadores o KPI's para analizar tus redes sociales. IEBS Business School. <https://www.iebschool.com/hub/indicadores-estrategia-digital-redessociales/>.
- Weisheim, R. (2025, 5 de febrero). Más de 8 herramientas de IA para redes sociales y cómo usarlas. Hostinger. <https://www.hostinger.com/es/tutoriales/ia-para-redes-sociales>.
- Pajuelo gallego, A. (2024). Análisis de la percepción del uso de la inteligencia artificial en las redes sociales (Trabajo Fin de Grado, Universidad Politécnica de Madrid, Escuela Técnica Superior de Ingeniería de Sistemas Informáticos). Universidad Politécnica de Madrid.

## Anexos

### Buyer person





**KEVIN  
ALVAREZ**

Ocasional

**PERFIL**

Genero **Hombre**  
 Edad **22**  
 Ubicación **San Salvador, El Salvador**  
 Categoría **Ocasional**

**SOBRE MARIO**

- Kevin, de 22 años, estudia en San Salvador y recibe paquetes de su familia. Busca un servicio ágil, rastreable y digital, que le permita coordinar entregas por WhatsApp y pagar fácilmente.

**TAREAS**

- Recibir paquetes desde casa con facilidad.
- Coordinar envíos rápidos para no perder clases o actividades.
- Comunicar por redes o mensajería.

**FUSTRACIONES**

- Paquetes que llegan tarde o cuando no está disponible.
- Poca digitalización o procesos engorrosos.
- Falta de opciones modernas de pago, remuneraciones tardías.

**GANANCIAS**

- Servicio ágil, rastreable y con contacto por WhatsApp.
- Flexibilidad para recibir en horarios accesibles.
- Opciones de pago digital y sin complicaciones.

Ilustración 19. Buyer person 1





**ANDREA  
LIZAMA**

CLIENTE EMPRESARIAL

**PERFIL**

Genero **Mujer**  
 Edad **27**

**SOBRE ANDREA**

- Andrea es una mujer emprendedora que vende productos naturales, que se dedica a hacer crecer su emprendimiento a través de las redes sociales.

**TAREAS**

- Enviar decenas de pedidos semanales a nuevos clientes
- Usar un sistema que escale con su volumen de ventas.
- Cumplir con garantías de entrega ofrecidas.

**FUSTRACIONES**

- Falta de tarifas flexibles por volumen.
- Procesos lentos o falta de automatización.

**GANANCIAS**

- Aliado logístico a largo plazo
- Descuentos por volumen o envíos frecuentes.
- Integración sencilla de

Ilustración 18. Buyer person 2



**MARIO ORTIZ**  
Ocasional

**PERFIL**

Genero **Hombre**  
Edad **40**  
Ubicación **San Salvador, El Salvador**  
Categoría **Ocasional**

**SOBRE MARIO**

- Don Mario es un padre de familia el cual vive en la ciudad de San Salvador, el envía medicamentos a su madre en Morazán y sin salir de su hogar.

**TAREAS**

- Enviar ropa, medicinas o viveres a familiares.
- Organizar todo sin complicarse ni salir mucho.
- Garantizar que los paquetes lleguen sanos y salvos.

**FUSTRACIONES**

- Miedo a que se pierdan objetos con valor emocional.
- Incertidumbre sobre si ya fue entregado.
- Trato impersonal o procesos complicados, remuneraciones tardías.

**GANANCIAS**

- Comunicación directa y clara.
- Servicio de recolección a domicilio.
- Certeza de que sus seres queridos reciben lo que necesitan

Ilustración 20. Buyer person 4



**SOFIA RAMIREZ**  
EMPRENDEDORA

**PERFIL**

Genero **Mujer**  
Edad **32**  
Ubicación **San Miguel, El Salvador**  
Categoría **Ventas al detalle**

**SOBRE SOFIA**

- Sofia es una mujer emprendedora madre de familia, trabaja en su emprendimiento en venta de ropa , y le gusta disfrutar de vender en linea y generar ingresos desde su hogar.

**TAREAS**

- Enviar productos semanalmente a distintos departamentos.
- Coordinar entregas rápidas para mantener la confianza del cliente.
- Tener control sobre el seguimiento de cada paquete.

**FUSTRACIONES**

- Pérdida o retraso en las entregas afecta su reputación.
- Dificultad para obtener información clara o soporte rápido.
- Temor a reclamos por paquetes extraviados.

**GANANCIAS**

- Entregas puntuales y confirmadas.
- Rastreo digital accesible.
- Atención humana para resolver cualquier inconveniente.

Ilustración 21. Buyer person 3

## Campañas presenciales realizadas a V&G Encomiendas Nacionales

### Tercer aniversario



*Ilustración 22. Aniversario*



*Ilustración 23. Aniversario*



*Ilustración 24. Aniversario*



Ilustración 25. Aniversario

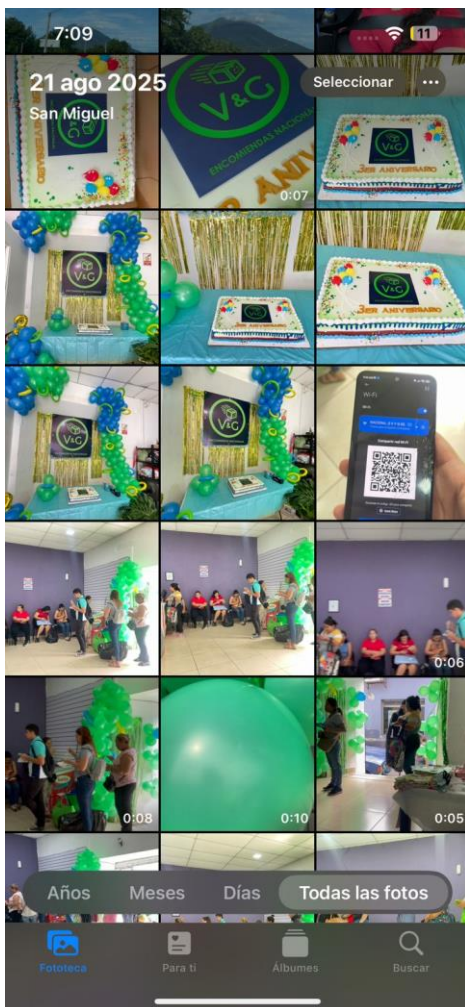


Ilustración 26. Aniversario



Ilustración 27. Aniversario



Ilustración 28. Aniversario

**Días de grabación y entrevistas a emprendedores.**



Ilustración 29. Foto

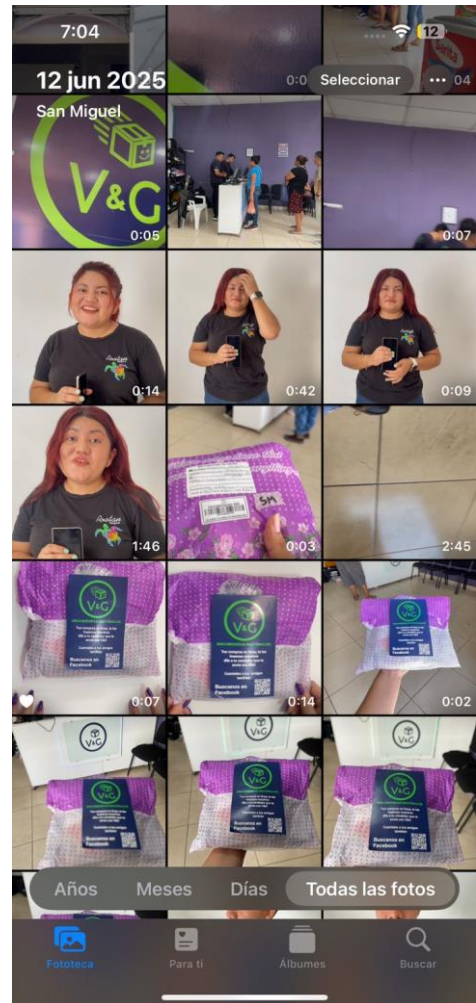
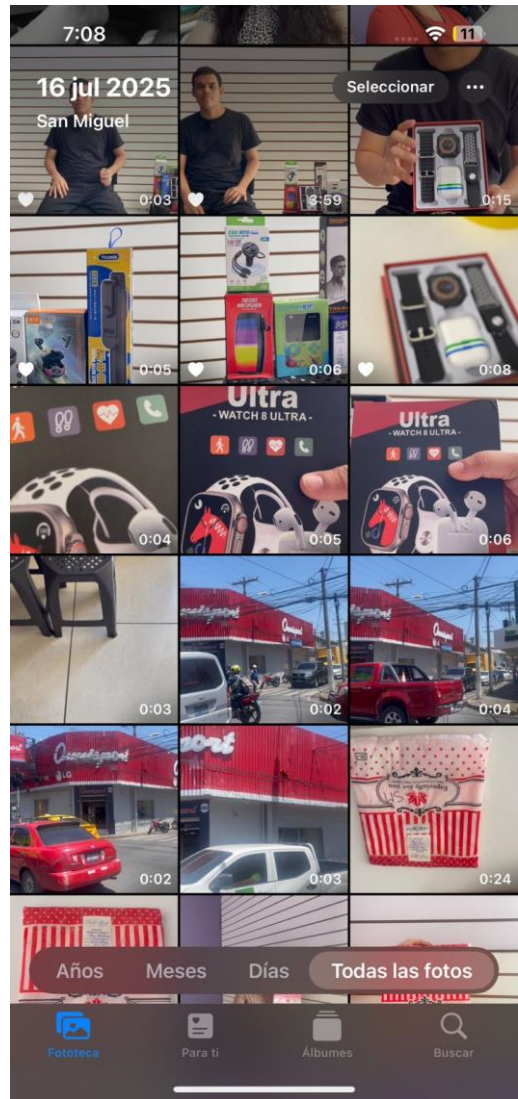


Ilustración 30. Emprendedor



Ilustración 31. Grabacion

Ilustración 32. Grabacion



Capacitaciones, publicaciones de las campañas artes y copys elaborados.



Ilustración 34. Arte 1



Ilustración 33. Arte 2

# ¿Por qué enviar con **V&G?**

- 🔒 Seguridad garantizada
- 🚀 Rapidez
- 🛡️ Confianza
- 📱 Seguimiento en línea de tus paquetes

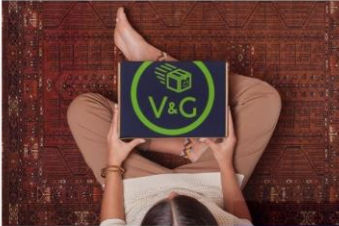
A photograph showing a person from the back, holding a square sign with the V&G logo. The person is wearing a white top and brown pants. The background is a dark, textured wall. The sign is blue with a green circle containing a white cube icon and the letters 'V&G' in white.

Ilustración 35. Arte 3

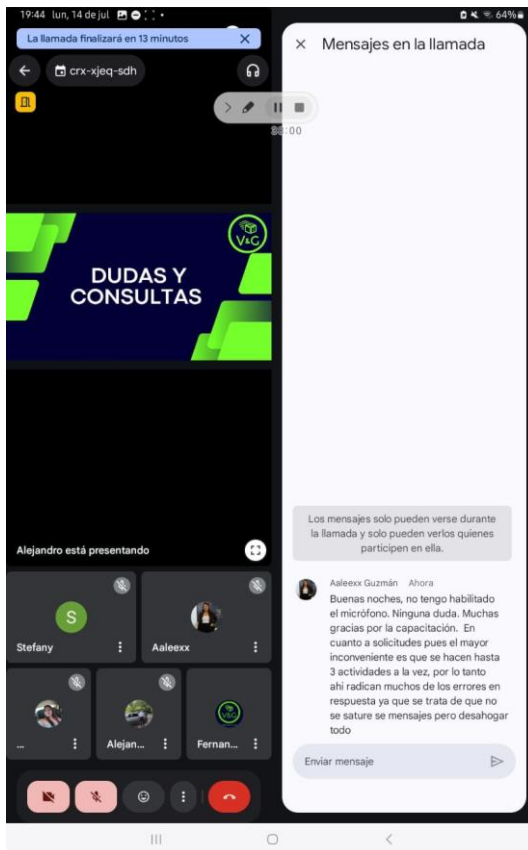


Ilustración 36. Captura

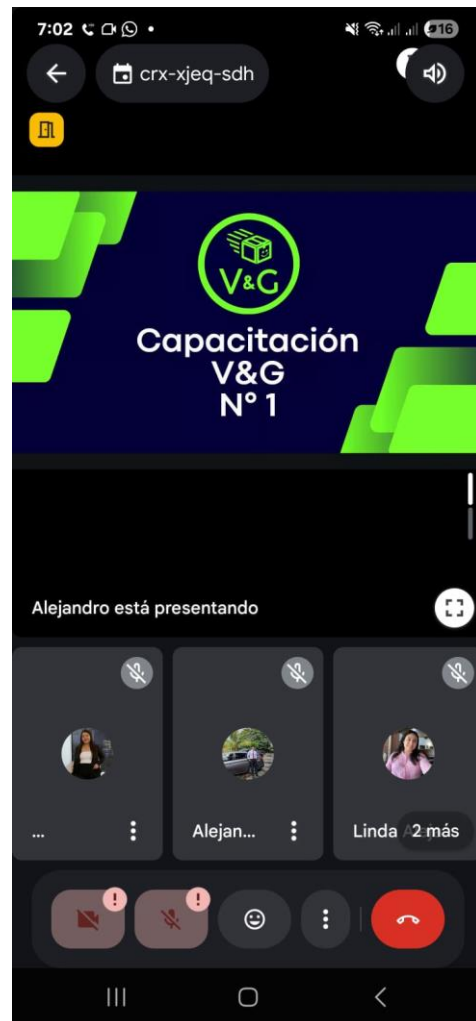


Ilustración 37. Captura

✓ Mejorar tu logística  
 ✓ Hacerte fácil, rápido y seguro  
 ✓ Controlar el estado de tus paquetes en tiempo real  
 ✓ Dar tranquilidad a tus clientes

Afiliate hoy y empieza a disfrutar de todos los beneficios. La mejor forma de enviar está en tus manos!

#AfiliateGratis #PortalVYG #ControlTotal #EnviosInteligentes #ClientesVYG

### TU PAQUETERIA, EN BUENAS MANOS

Entregas seguras y puntuales.

Nos hacemos cargo en caso de robos o extravíos.

Atención directa con soluciones inmediatas.

### BENEFICIOS DEL CÓDIGO ÚNICO DE CLIENTE

- Atención al cliente
- Procesos más rápidos
- Historial de envíos
- Seguimiento en tiempo real del paquete

### BENEFICIOS DEL CÓDIGO ÚNICO DE CLIENTE

- Atención al cliente
- Procesos más rápidos
- Historial de envíos
- Seguimiento en tiempo real del paquete

ENCOMIENDAS NACIONALES

### TU PAQUETERIA, EN BUENAS MANOS

- Entregas seguras y puntuales.
- Nos hacemos cargo en caso de robos o extravíos.
- Atención directa con soluciones inmediatas

### VENTAJAS DEL CÓDIGO ÚNICO DE CLIENTE

- Envíos más rápidos  
Prioridad en despacho y entrega.
- Seguimiento en tiempo real  
Notificaciones automáticas.
- Programación automática  
Estado del paquete al instante.
- Atención preferencial  
Soporte dedicado.

### ACTIVA TU CÓDIGO ÚNICO DE CLIENTE Y OBTÉN SUPERPODERES LOGÍSTICOS

**VENTAJAS INCREÍBLES:**

- Envíos más rápidos - prioridad en entrega
- Seguimiento en tiempo real - notificaciones automáticas
- Programación automática - estado del paquete al instante
- Atención preferencial - soporte dedicado

Envías paquetes frecuentemente  
Regístrate en 1 minuto y disfruta todos los beneficios.

**ACTÍVALO AHORA**

### BENEFICIOS DEL CÓDIGO ÚNICO DE CLIENTE

- Atención personalizada
- Procesos más rápidos
- Historial de envíos
- Devoluciones expresas

### PASO 1 REGISTRO INICIAL

Accede al portal a través de tu navegador en el enlace compartido.

Link <https://app.vygencomiendas.com>

### PASO 4 GENERA TU CONTRASEÑA

- Accede a la página principal del portal.
- Selecciona la opción "Divide mi contraseña".
- Introduce tu código de cliente o dirección de correo electrónico y de inmediato se generará una contraseña de acceso.

Link <https://app.vygencomiendas.com>

### PASO 3 CODIGO UNICO DE CLIENTE

Al completar tu registro, recibirás tu código único de cliente directamente en tu correo electrónico.

Dato: **NO COMPARTAS TU CÓDIGO**

Link <https://app.vygencomiendas.com>

### PASO 2 COMPLETA EL FORMULARIO

Estos datos son necesarios para generar el Código Único de Cliente  
Dato: Colocar el DUI es opcional.

Link <https://app.vygencomiendas.com>

### PASO 5 INGRESA AL PORTAL VYG

- Regresa a la página principal
- Introduce tu código de cliente y la nueva contraseña

Link <https://app.vygencomiendas.com>

### ¿Sabías que...?

¡Brindamos servicio de RECOLECCION de paquetes!

### DUDAS Y CONSULTAS

Ilustración 38. Artes



Ilustración 39. Captura

**V&G**

- Tiempos de respuesta excesivos
- Redirección innecesaria a otras páginas
- Manejo inadecuado de la conversación

**Pricila Carpio**  
Y cuantos paquetes se pueden enviar ?  
3 h Me gusta Responder 1

**Encomiendas Nacionales**  
**Pricila Carpio** hola buenas tardes, 🍌 le hemos dejado mensaje 📧

1 h Me gusta Responder

**Johanna's Tendencias Cristianas**  
Me interesa  
52 min Me gusta Responder

**Diana RL**  
Hola! A qué WhatsApp puedo cotizar?  
2 h Me gusta Responder

**Encomiendas Nacionales**  
**Diana RL** hola buenas tardes 🍌 le hemos dejado mensaie 📧

Hola es primera vez que quiero enviar un envío a Cuscatancingo de la unión a Cuscatancingo que personalizado qué vale

Mantén presionado para reaccionar

Hola buenos días, Encomiendas VyG le saluda 🍌

Archivo adjunto no disponible  
Es posible que este archivo adjunto se haya eliminado o que la persona que lo compartió no tenga permiso para compartirlo contigo.

Con todo gusto te podemos ayudar a coordinar tu domicilio en zona central, paracentral y oriente 🍌.

Por favor contactanos a través de nuestro messenger exclusivo para este servicio

<https://www.facebook.com/share/15KpcYcorU/>

O si prefieres, puedes contactarnos a través de nuestro número de WhatsApp:

6045-7885

Por favor, a través de ambos contactos consulta solamente por el servicio de domicilio.

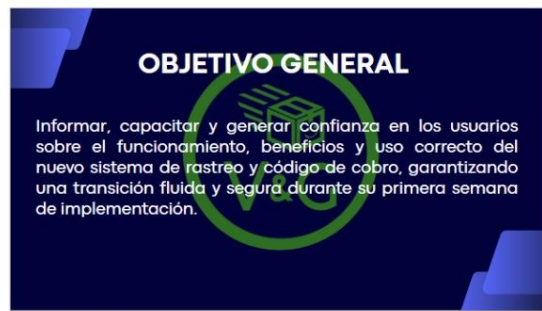
Confiamos en que te ayudará

Ilustración 40. Captura

## Presentación inicial de propuesta



1



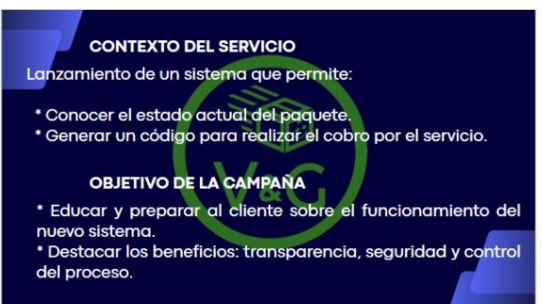
2



Ilustración 41. Presentacion



5



6



Ilustración 42. . Presentacion



9

**BENEFICIOS**

- Transparencia del proceso
- Facilidad de uso
- Fácil acceso
- Rapidez de la información
- Datos seguros

10

**COSTOS**

- Compra de anuncios de Facebook
- Folletos, brochure
- Incentivos a usuarios
- Stikers con código QR

**VENTAJAS**

- Interacción y Fidelización
- Promoción de la innovación
- Estrategia Multicanal
- Refuerzo de la identidad de marca

Ilustración 43. . Presentacion

**COSTOS**

- Compra de anuncios de Facebook
- Folletos, brochure
- Incentivos a usuarios
- Stikers con código QR

11

**VENTAJAS**

- Interacción y Fidelización
- Promoción de la innovación
- Estrategia Multicanal
- Refuerzo de la identidad de marca

12

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1TfjHQ1GjcJiecQRW6WBYPtozk3EKoR-u4fPKYRguMhuGo/edit?usp=drivesdk>

**MUCHAS GRACIAS...**

Ilustración 44. Presentacion

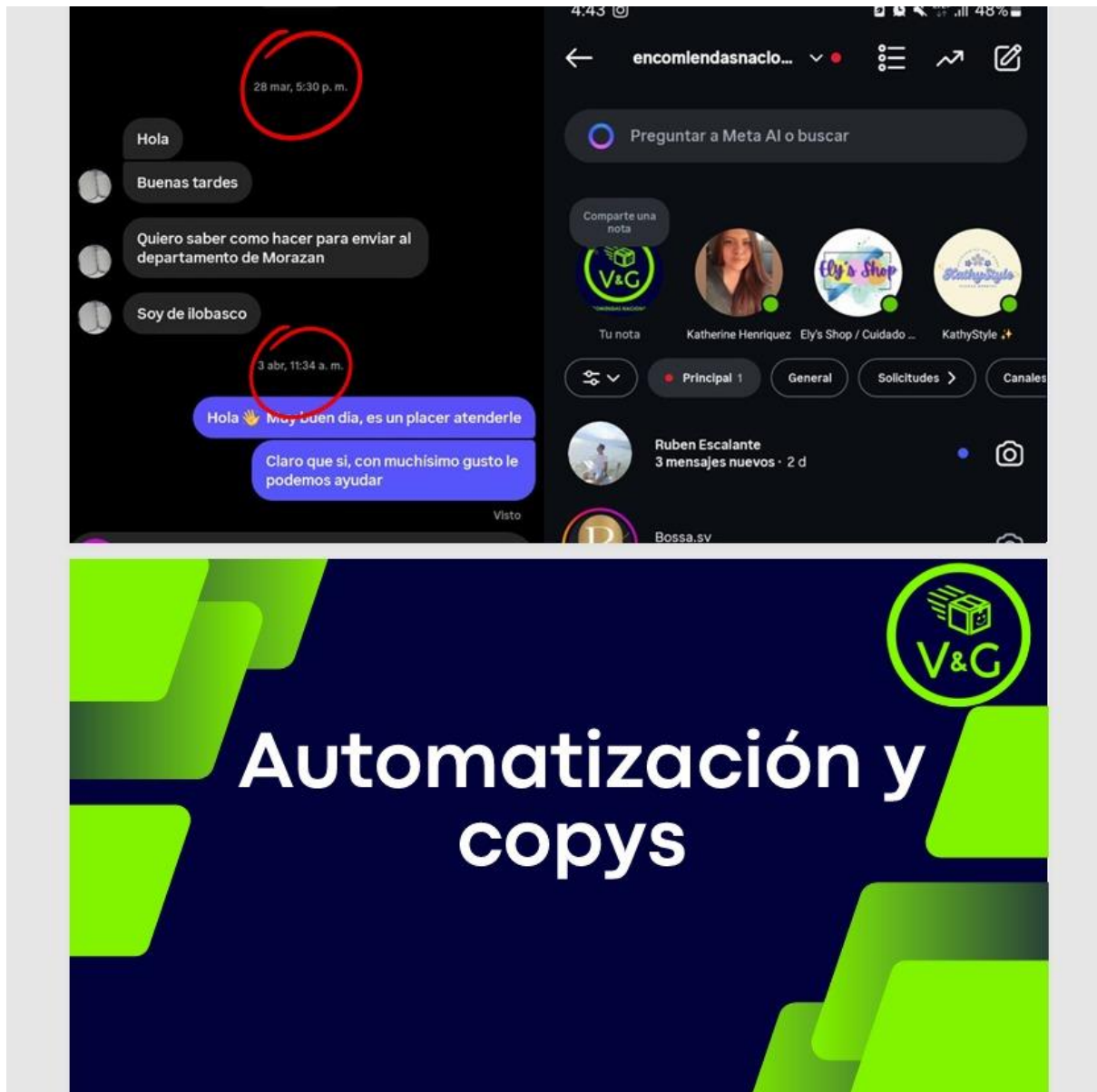


Ilustración 45. Captura

**COPYS**  
**VYG**

• **COPY DE SALUDO**

**Referencia;**

- Buenos días, me podría brindar información para enviar un paquete.

**Copy:**

¡Buenos días! **(personalizar el nombre de quien envía mensaje)** 🌞

Con gusto le brindamos toda la información. 🌟 ✨

Para poder ayudarle mejor, por favor indíquenos:

- Lugar de origen y destino del envío
- Producto que desea enviar

Así podremos cotizarle y explicarle el proceso paso a paso.

¡Estamos para servirle! 📬

• **COPY DE RESPUESTAS AUTOMATIZADOS**

• **DESTINO**

**Referencia;**

- ¿Buenos tardes, envía paquete a Unión?

**Copy:**

¡Buenas tardes! **(personalizar nombre de quien envía mensaje)** 🌞

📍 Sí, contamos con servicio de envíos hacia La Unión. **(personalizar destino)**

¿Desde qué lugar desea enviar?  
 Con gusto le cotizamos y le explicamos cómo proceder.  
 ¡Gracias por escribirnos! 📬

**Referencia;**

- ¿Hacen envíos a Morazán?

**Copy:**

¡Hola! **(Personalizar nombre de quien envía mensaje)** 🌞

Sí, realizamos envíos a todo el territorio nacional, incluyendo **[nombre del lugar]**.  
 Solo necesitamos lugar de origen, y tipo de paquete para cotizarle.  
 ¡Quedamos atentos para ayudarle! 📬 📬

• **PRECIO**

**Referencia;**

- ¿Cuánto cuesta enviar un paquete?

**Copy:**

¡Hola! 🌞 Con gusto le brindamos la tarifa más conveniente para su envío.

📍 Si deja su paquete en nuestro **punto de entrega**, el costo es **\$1.00 por prenda**, y puede variar según la cantidad o el peso total del paquete.

🏠 Además, contamos con **servicio de recolección a domicilio** (hogar o trabajo) desde **\$4.99**, para su mayor comodidad. Su paquete se recoge y se envía al destino indicado el siguiente día hábil.

Ilustración 46. Copy

Para cotizarle con precisión, por favor indíquenos:

- Lugar de origen y destino
- Tipo de paquete (peso y cantidad aproximada)

Así podremos confirmar el precio exacto y ofrecerle la mejor opción.

¡Gracias por preferir VYG Encomiendas Nacionales! 📬 📬

• **DOMICILIO**

**Referencia;** ¿Recogen paquetes a domicilio?

**Copy:**

¡Hola! **(Personalizar el nombre de quien envía mensaje)** 🌞

Sí, ofrecemos servicio de recolección a domicilio en diferentes zonas.

Por favor indíquenos su dirección y tipo de paquete para verificar disponibilidad y agendarlo.

¡Será un gusto asistirle! 📬 ✨

• **TIEMPO DE ENTREGA**

**Referencia;**

- ¿Cuánto tarda en llegar un paquete?

**Copy:**

¡Hola! 🌞 El tiempo depende de la ruta.

Normalmente nuestros envíos llegan de 24 a 48 horas a nivel nacional.

Confirme lugar origen y destino para darle el tiempo exacto.

¡Estamos para servirle! 📬

• **UBICACIÓN**

**Referencia;**

- ¿Dónde están ubicados?

**Copy:**

¡Hola! 🌞 Nuestras oficinas están en **[dirección exacta]**.  
 Horario de atención: **[horarios]**.  
 También ofrecemos recolección y entrega a domicilio.  
 Si necesita coordinarlo, quedamos atentos. 📬

Ilustración 47. Copy

**Datos de V&G iniciales.**



Ilustración 48. Ingresos Meta



Ilustración 49. Estadística



Ilustración 50. Meta

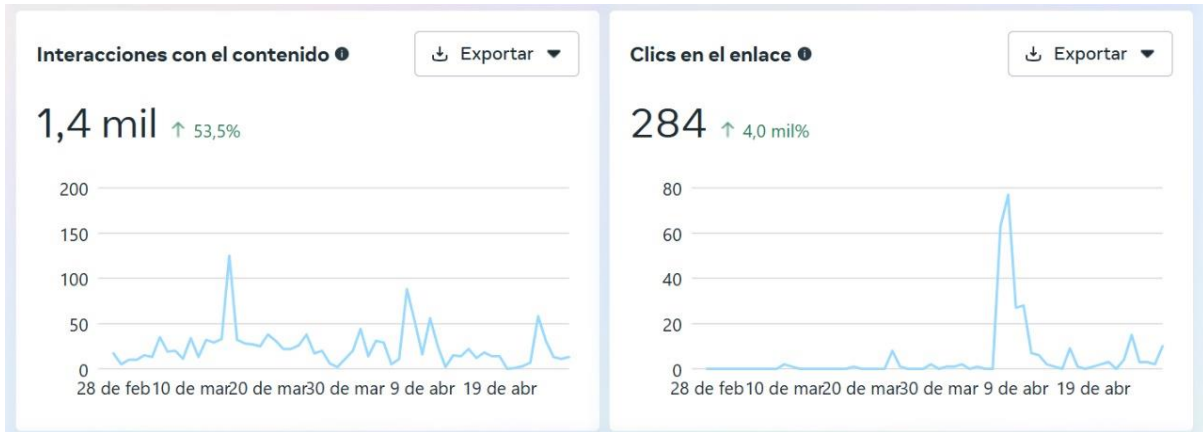


Ilustración 51. Meta

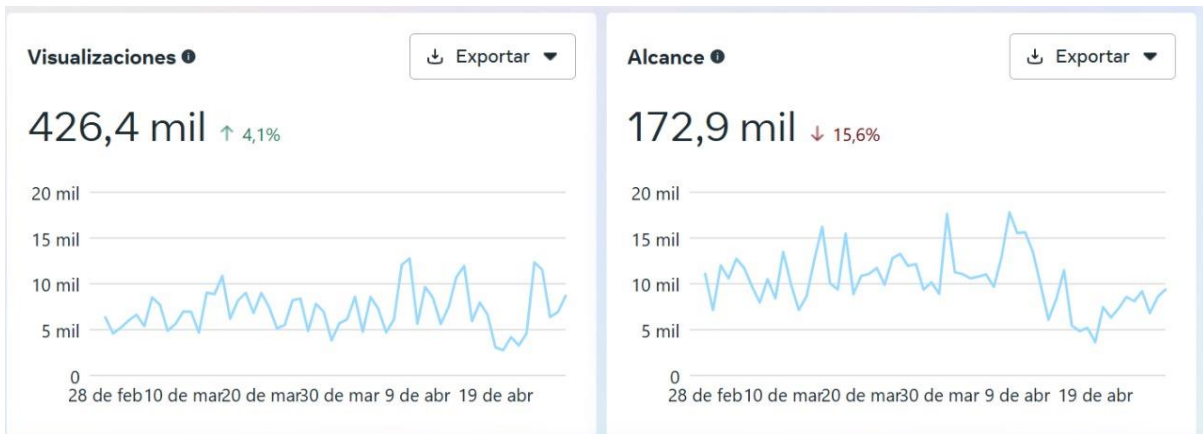


Ilustración 52. Meta

**Datos con manejo de redes sociales.**

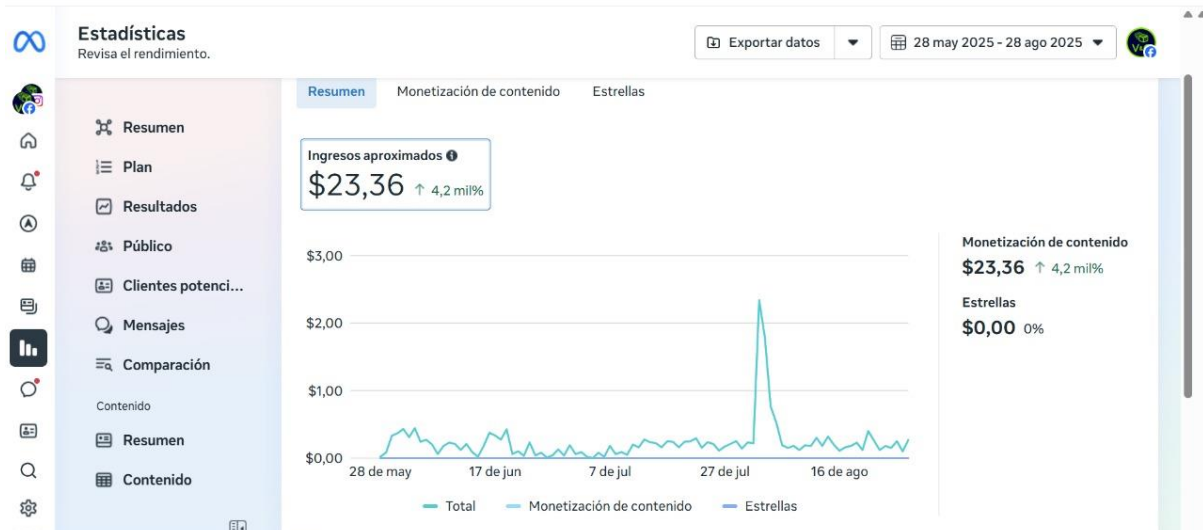


Ilustración 53. Estadística meta

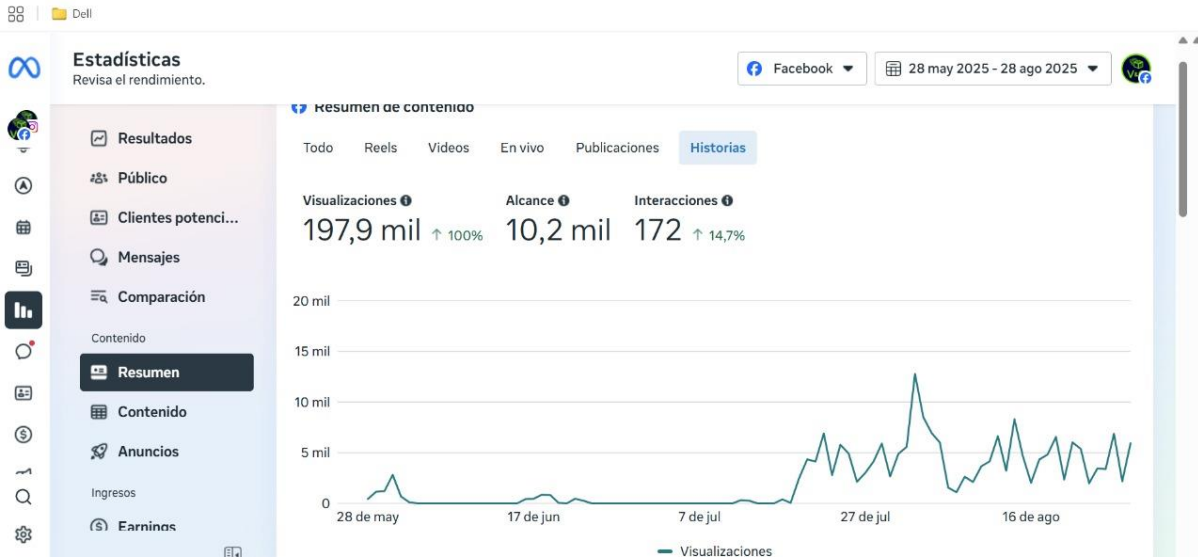
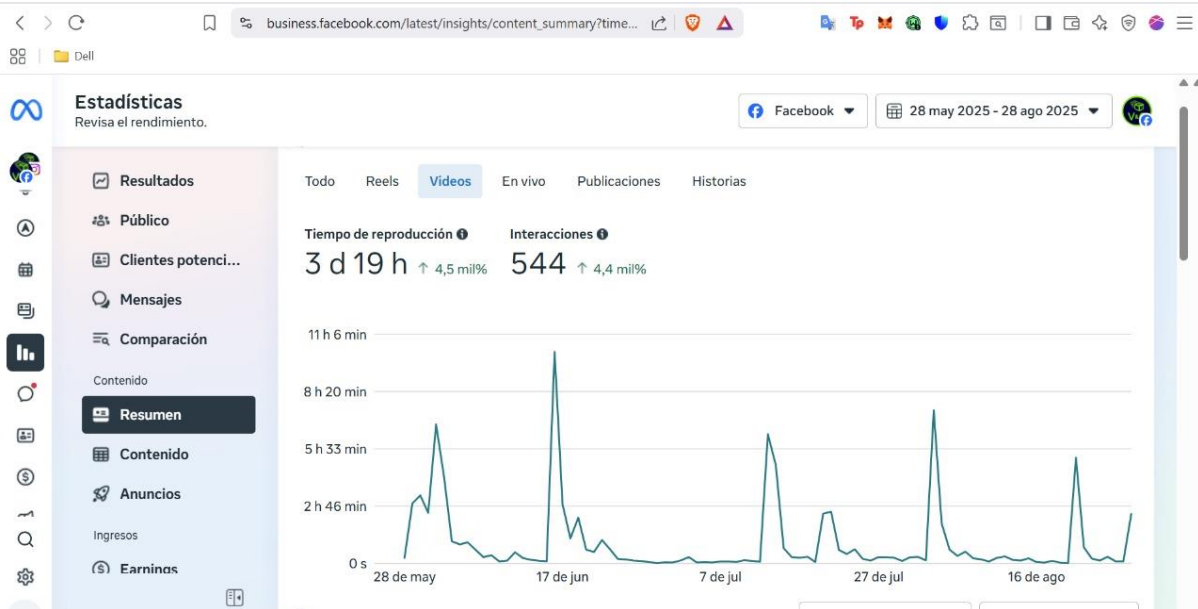


Ilustración 54. Estadísticas meta



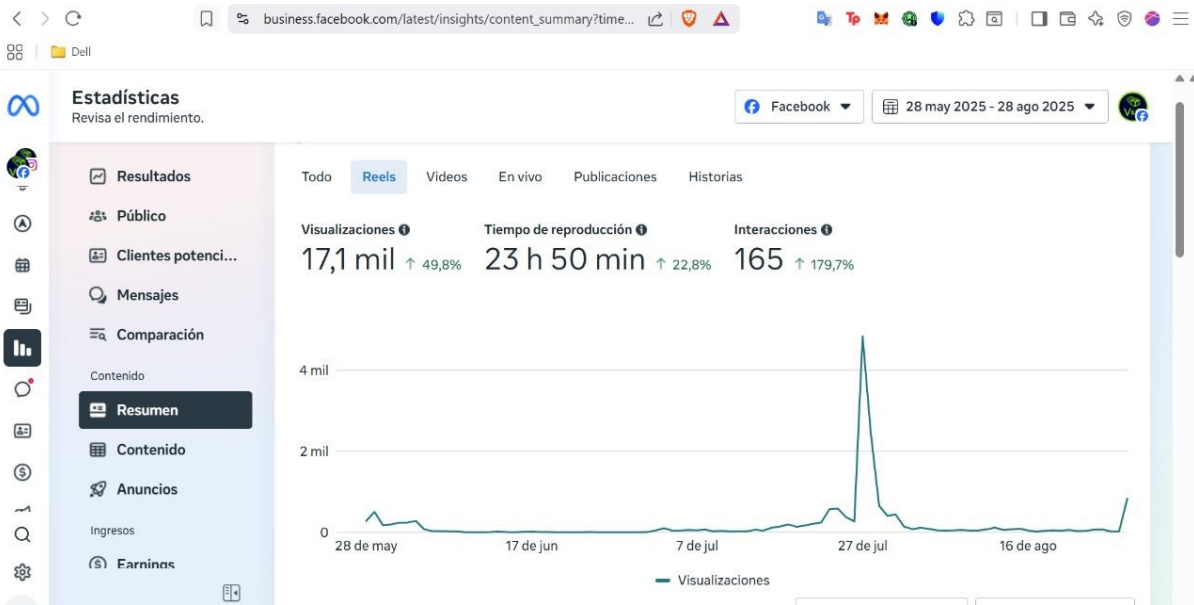


Ilustración 55. Estadísticas meta

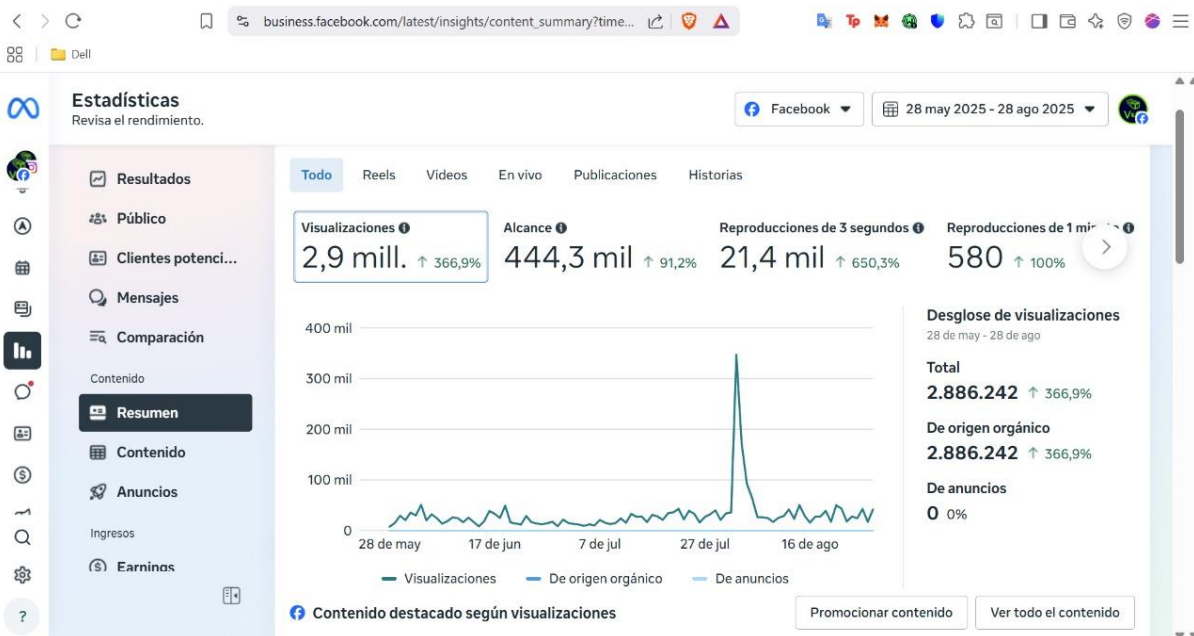


Ilustración 56.. Estadísticas meta




## Plataforma TikTok



Ilustración 58. . Estadísticas



Ilustración 57. . Estadísticas


9:36 AM    73


← **Estadísticas**


Resumen **Contenido** Espectadores Seguidores


### Tus mejores publicaciones


Mayor número de visualizaciones Mayor número de


- 

¿Eres emprendedor y deseas enviar paquetería? #casosdeexi...  
31 visualizaciones en los últimos 7 días  
Publicado el 27 jul
- 

Conoce a José Colocho, emprendedor de la zona oriental...  
22 visualizaciones en los últimos 7 días  
Publicado el 27 jul
- 

Asi como ella, tu también puedes crecer y enviar paquetería a más...  
21 visualizaciones en los últimos 7 días  
Publicado el 23 jul
- 

¿Y tu ya te afiliaste? 🤔🤔? 🤔  
👉 #encomiendas #encomienda...  
18 visualizaciones en los últimos 7 días  
Publicado el 28 may
- 

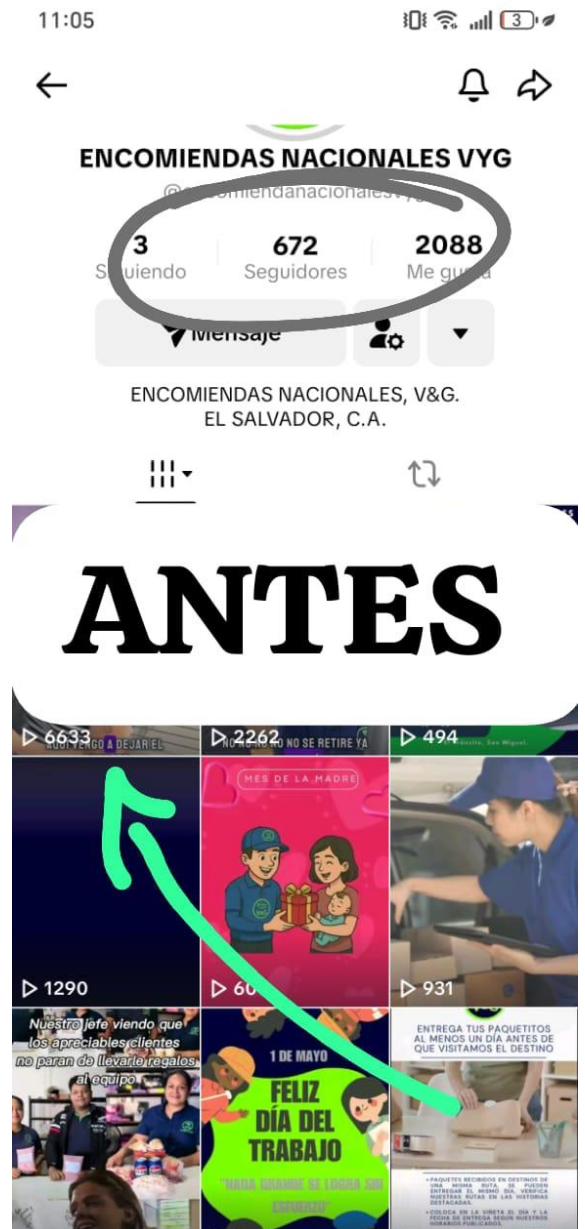
¿Y tu? ¿Ya te afiliaste? 🤔?  
¡Hazlo ahora! 👉 <https://app.vyg...>  
9 visualizaciones en los últimos 7 días  
Publicado el 29 may
- 

¿Y tu? ¿YA TE AFILIASTE?  
#emprender #salavdor #kiasoul ...  
8 visualizaciones en los últimos 7 días

Ilustración 59. . Estadísticas meta



Ilustración 60. . Estadísticas



Instagram

Ilustración 61. Captura