



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

**Facultad de Educación e Idiomas
Departamento de Tecnología Educativa**

**Proyecto de Graduación para optar para al título de:
Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia.**

Título del Proyecto:

Manual de marca corporativa para el centro recreativo Oasis.

Diseño Gráfico y Multimedia.

Autores:

Br. Omara Valentina Fernández Centeno.

Br. Jessi Carolina Rojas Icabalceta.

Tutor:

Msc. Gerald José Flores Gutiérrez.

Fecha:

20/01/2023

Carta aval del tutor



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE EDUCACIÓN E IDIOMAS
DEPARTAMENTO DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA

Licenciado en Diseño Gráfico y Multimedia

CARTA AVAL DEL TUTOR

La calidad de una buena comunicación y de una buena pieza de diseño, son de una gran importancia dentro del mercado donde actúa la empresa, ya que este mensaje identificará a la institución y la diferenciará de la competencia. Hoy en día, el diseño no se basa únicamente en crear un logotipo, o un simple empaque sin un fundamento. El diseño es una herramienta que es capaz de crear un estilo de vida, y reflejar las cualidades de sus consumidores en los productos o servicios de una marca.

Por ello, el presente documento para optar a la Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia que lleva por título principal: **Manual de marca corporativa para el centro recreativo Oasis**, desarrollado por los estudiantes:

- Br.Omara Valentina Fernández Centeno.
- Br. Jessi Carolina Rojas Icabalceta.

Considero que la tesis, reúne los requerimientos académicos y científicos en relación al objeto de estudio, permitiéndole continuar a la siguiente fase de evaluación final para optar al título de licenciado en Diseño Gráfico y Multimedia

Dando fe de su autenticidad y trabajo realizado, extendiendo la presente a los 18 días del mes de enero del 2023.

Fraternalmente,

MSc. Gerald Flores Gutiérrez
Diseño Gráfico y Multimedia
Tutor



¡A la libertad por la Universidad!

Dedicatoria y Agradecimiento

Este trabajo está dedicado primeramente a Dios, por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi vida. A mi mamá Angela Icabalceta, a mis hermanas Nohemí y Argentina Rojas, Kevin Solís, David Araica y José Ramón Velásquez, por estar siempre presente y brindarme su apoyo incondicional, lo que me permitió culminar mi carrera profesional.

Mi profundo agradecimiento al Msc. Gerald Flores y Msc. Luis Genet por habernos brindado de sus conocimientos para realizar el proceso de desarrollo de este proyecto. De igual manera mis agradecimientos a los maestros de la carrera de Diseño Gráfico Multimedia, quienes formaron y me brindaron su amistad.

Jessi C. Rojas Icabalceta

Dedicatoria y agradecimiento

A Dios por darme la vida y el don de la sabiduría.

A mi madre Patricia y mi padre Omar por su apoyo incondicional, por acompañarme y creer en mí.

A mi abuelita Carmen por su apoyo y amor.

A cada uno de mis amigos por acompañarme y ser un apoyo emocional durante este trayecto.

A mis hermanas por ser fuente de inspiración.

A mi novio por su apoyo incondicional durante este proceso.

Omara V. Fernández Centeno

Resumen ejecutivo

Son muchas las empresas que hoy en día no cuentan con un manual de identidad corporativa, posiblemente porque desconocen la importancia de contar e implementar las líneas gráficas de la imagen de marca. Además, de todo el potencial que les puede aportar a nivel de identidad visual y notoriedad de marca.

Disponer de un manual corporativo es imprescindible a la hora de gestionar una marca por diferentes razones. En primer lugar, nos muestra cómo es nuestra identidad visual y, por lo tanto, facilita el desarrollo de la expresión gráfica de la marca y nos sirve como pauta donde establecer unas normas a seguir. Del mismo modo, también ayuda a definir la imagen que la empresa desea transmitir a su público y hace que la marca sea reconocible e inconfundible.

La finalidad de este proyecto radica en presentar un manual de marca para el centro recreativo Oasis, ubicado en la comunidad de San Benito, municipio de Tipitapa, para la realización de materiales gráficos, visual y audiovisual que permitan la creación del manual de marketing, a fin de brindar al centro recreativo Oasis una ventaja permitiéndole ser reconocido dentro del mercado nacional.

Project Charter

1. Información general del Proyecto				
Nombre del proyecto:	Manual de marca corporativa para el centro recreativo Oasis.			
Patrocinadores ejecutivos:	Victor Ortega			
Patrocinador del departamento:	Facultad de Educación e Idiomas			
Impacto del proyecto:	Reconocimiento del centro recreativo Oasis a nivel nacional			
2. Grupo de proyecto				
	Nombre	Departamento	Teléfono	E-mail
Director del Proyecto	Jessi Carolina Rojas Icabalceta	Marketing	76853177	jcarolrojas@gmail.com
Director ejecutivo	Omara Valentina Fernández Centeno	Diseño	7761 7592	centenoomaravalentinafer9@gmail.com
3. Partes interesadas				
Propietario del centro recreativo Oasis, trabajadores que dependen del flujo de ingresos del centro, así mismo el turismo en la comarca San Benito				
4. Alcance del Proyecto				
Propósito del proyecto/justificación comercial				
El centro recreativo Oasis no cuenta con identidad visual que ayude a reconocer el centro turístico ante los visitantes, por lo tanto se ha visto afectado por la poca demanda que esto genera.				
Objetivos (en términos comerciales)				
Objetivo general: Diseñar el manual de marca corporativa y diseño publicitario del centro recreativo Oasis en el año 2022.				
Objetivo específico: Realizar un diagnóstico que permita la obtención de las características del centro recreativo Oasis en el primer trimestre del año 2022.				
Diseñar el diseño de la identidad corporativa del centro recreativo Oasis en el segundo trimestre del 2022.				
Desarrollar el plan de marketing digital para la publicidad del centro recreativo Oasis en el cuarto trimestre del 2022.				
Entregables				
Manual de marca Logotipo, tipografía, paleta de colores, elementos gráficos para el uso correcto de la marca.				
Marketing y publicidad Flyer, vallas publicitarias, elementos gráficos para redes sociales y Spot publicitario.				
Alcance				
Este proyecto aborda la creación de un manual de marca para la realización de marketing y publicidad en el centro recreativo Oasis.				

Hitos del proyecto			
Actividades	Fecha de inicio	Fecha de fin	
Generalidades	05-04-2022	20-04-2022	
Diagnostico	12-04-2022	28-04-2022	
Estudio de mercado	29-04-2022	14-04-2022	
Estudio tecnico	15-05-2022	06-06-2022	
Estudio financiero	07-06-2022	14-06-2022	
Diseño de prototipo	02-08-2022	01-09-2022	
Validacion	02-09-2022	17-09-2022	
Produccion	18-09-2022	18-10-2022	
Entrega	01-12-2022	18-12-2022	
Principales riesgos conocidos			
Riesgos	Calificación de riesgo (Alto, Medio, Bajo)		
Cierre del centro	Bajo		
Desacuerdos entre colaboradores	Bajo		
Desacuerdo con propietario	Bajo		
Accidentes	Medio		
Mal funcionamiento del equipo	Medio		
Restricciones			
<ul style="list-style-type: none"> • Incumplimiento de las normas • Bloqueo creativo 			
Dependencias externas			
El equipo trabaja de manera amistosa para llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos, con espacios			
5. Estrategia de comunicación			
Mediante reuniones presenciales o en línea se plantean avances y se muestran diseños, prototipos o materiales gráficos propios del equipo; El propietario está al tanto de cambios realizados y valida las entregas.			
6. Cierre de sesión			
	Nombre	Firma	Fecha
Patrocinador ejecutivo	Victor Ortega		12/07/2022
Patrocinador del departamento	Facultad de Educación e Idiomas		12/07/2022
Gerente de proyecto	Omara Valentina Fernández Centeno Jessi Carolina Rojas Icabceta		12/07/2022
7. Observaciones			

Índice

Carta aval del tutor.....	3
Dedicatoria y Agradecimiento.....	4
Resumen ejecutivo.....	6
Project Charter	7
1. Generalidades del proyecto	11
1.1. Nombre del proyecto.....	11
Descripción del proyecto.....	11
1.2. Objetivos	12
Objetivo general:.....	12
Objetivo específico:.....	12
1.3. Justificación	13
1.4. Articulación entre planes, programas y proyecto.....	14
1.5. El proyecto en el marco de las políticas estratégicas de desarrollo humano del país.....	15
1.6. Grupo meta y beneficiario	16
1.7. Ciclo de vida del proyecto	17
1.8. Resultados esperados.	18
1.9. Matriz del enfoque del marco lógico	19
1.10. Matriz para la etapa del diseño.....	20
2. Estudio de Mercado o diagnóstico.....	21
2.1. Definición del producto.....	21
2.2. Demanda real	21
2.3. Oferta	22
2.4. Análisis de costo.....	23
2.5. Proveedores	23
2.6. Comercialización o servicios.....	23
2.7. Estrategia de mercado	23
3. Estudio Técnico	24
3.1. Tamaño del proyecto	24
3.2. Localización del proyecto (micro y macro).....	24
Macro	24
Micro	24

3.3.	Procesos productivos	25
3.4.	Distribución u organización de la Planta del Proyecto.....	25
3.5.	Ingeniería de proyectos.....	27
3.5.1.	Maquinaria y Equipos.....	27
3.5.2.	Aspectos administrativos	28
3.6.	Organización de puestos y funciones.....	28
3.6.1.	Descripción de Puestos	29
	Funciones	29
	Requisitos.....	30
	Recursos	31
3.7.	Aspectos legales del proyecto.....	32
3.8.	Planificación y organización de la programación y ejecución de las actividades	32
3.9.	Matriz de ejecución y seguimiento.	33
3.10.	Recursos del proyecto.	33
3.11.	Aspectos sociales del proyecto	34
3.12.	Aspectos económicos del proyecto.....	35
4.	Estudio financiero	35
4.1.	Capital de trabajo.....	35
4.2.	Inversión Fija	36
4.3.	Inversión Diferida	37
5.	Conclusión	38
6.	Recomendaciones	39
7.	Bibliografía	40
8.	Anexos	41

1. Generalidades del proyecto

1.1. Nombre del proyecto.

Manual de marca corporativo para el centro recreativo Oasis.

Descripción del proyecto.

El presente proyecto consiste en el desarrollo de un manual de marca para el centro recreativo Oasis. Entre los productos gráficos a desarrollar se mencionan las siguientes: diseños publicitarios (flyer, poster, menú, rotulación), elementos gráficos para redes sociales y Spot publicitario.

En relación al manual de marca del centro recreativo, en este se detallará elementos: Logotipo en todos sus formatos, paleta de colores, tipografía, estilos y elementos gráficos: imágenes para portada y perfiles para redes sociales. En ellas encontraremos una única identidad visual.

Los productos gráficos para la entrega final se diseñarán en base a las referencias brindadas por el propietario del centro recreativo Oasis, además de brindar identidad poniendo en práctica los objetivos, así como, la misión y visión del centro.

1.2. Objetivos

Objetivo general:

Diseñar un manual de marca corporativa y diseño publicitario del centro recreativo Oasis en el año 2022.

Objetivo específico:

1. Realizar un diagnóstico que permita la obtención de las características del centro recreativo Oasis en el primer trimestre del año 2022.
2. Diseñar la identidad corporativa del centro recreativo Oasis en el segundo trimestre del 2022.
3. Desarrollar estrategias de contenido para la publicidad del centro recreativo Oasis en el tercer trimestre del 2022.

1.3. Justificación

En la actualidad la mayoría de las empresas y emprendimientos optan por utilizar medios de comunicación audiovisuales para darse a conocer y representar su marca o productos de manera única e intuitiva.

El diseño de una nueva imagen permitirá desarrollar y solucionar los problemas de comunicación que tiene la empresa desde el punto de vista gráfico. Es necesario implementar el identificador visual, ya que se necesita comenzar a comunicar de manera efectiva todo el servicio que ofrece el centro recreativo Oasis.

En este sentido, el centro recreativo, busca tener una identidad, ya que no cuenta con ninguna y esto es una limitante, el cual impide darse a conocer de manera eficaz en la sociedad.

Es por ello que se desarrollara el presente proyecto, con el objetivo de diseñar materiales necesarios para dicho centro y así que cuente con una línea grafica e identidad que trasciendan atreves del tiempo.

1.4. Articulación entre planes, programas y proyecto.

En el año 2000, se crea el centro recreativo Oasis en el departamento de Tipitapa, ya con 20 años de su existencia no cuenta con una identidad visual que permita el reconocimiento a pobladores de Nicaragua y a nivel internacional.

El propietario de Oasis, Víctor Ortega, manifiesta que una de las aspiraciones que tiene es poder contar con una identidad para captar la atención de sus clientes potenciales y obtener una mayor influencia de personas que quieran visitar su centro.

El objetivo principal de este proyecto es crear un manual de marca corporativo completo que proyecte una imagen funcional y que logre un reconocimiento dentro del mercado.

1.5. El proyecto en el marco de las políticas estratégicas de desarrollo humano del país.

El presente proyecto se ejecuta con el eje del desarrollo: **Impulsar modalidades creativas e innovadoras de turismo en todos los campos y en todos los espacios, aprovechado el acervo cultural, las tradiciones y los patrimonios culturales tangibles e intangibles del pueblo nicaragüense**, inciso 1 del plan nacional de desarrollo humano 2022-2026.

De acuerdo al eje mencionado anteriormente, retomando lo siguiente:

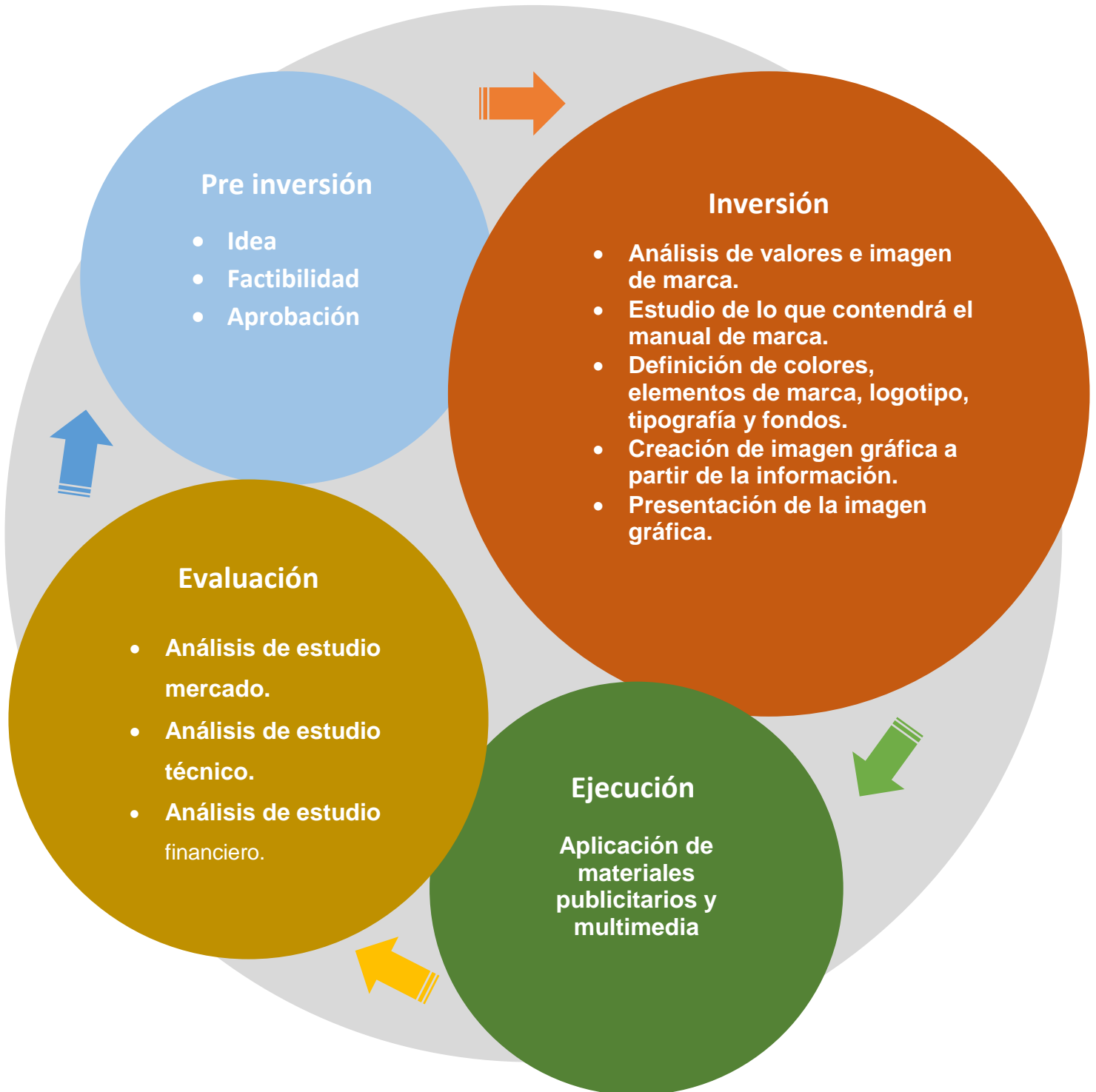
El turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los objetivos. Concretamente, se ha incluido en algunas de las metas del objetivo 8, relacionados respectivamente con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, “**Promoción Turística**”, este proyecto tomara salida de acuerdo al plan nacional, de acuerdo a los requerimientos del propietario del centro recreativo Oasis, se pretende desarrollar servicios gráfico y audiovisuales que puedan cumplir con las necesidades de falta de comunicación eficaz y una identidad visual, tomando en cuenta la historia para el desarrollo de materiales y la misión y visión del centro recreativo. En el margen sociopolítico, este proyecto toma la sociedad nicaragüense como beneficiario para la finalización en la realización y entrega de los productos gráficos audiovisuales.

1.6. Grupo meta y beneficiario

El grupo meta del proyecto es la comunidad de San Benito y sus alrededores del municipio de Tipitapa, departamento de Managua. Dicho lugar, es uno de los centros que ofrece variedades de servicios como: piscinas, buffet para disfrutar de la gastronomía y cabañas donde se puede adquirir un descanso más ameno. El objetivo de oasis es tener más servicios y llegar a toda la familia nicaragüense.

El centro recreativo Oasis es el principal beneficiario del presente proyecto. Dicho centro recreativo se formó en el 2002 aunque al comienzo del proceso de su construcción se tenía planeado una granja agrícola, pero al pasar el tiempo analizaron que el ser humano vive en constante descanso espiritual y fue que surgió Oasis enfocándose en ese deseo constante y en la recreación en familias y amigos.

1.7. Ciclo de vida del proyecto



1.8. Resultados esperados.

Los resultados esperados en el desarrollo del proyecto son los siguientes:

- Lograr que el centro recreativo Oasis obtenga una identidad visual y un posicionamiento antes las demás marcas.
- Creación de productos gráficos y audiovisuales propias del centro recreativo para mejor visualización de lo que ofrece en el lugar.
- Implementar productos gráficos para la comunicación eficaz entre el centro recreativo y la comunidad nicaragüense.
- Diseño de plan de publicaciones para publicidad del centro.

1.9. Matriz del enfoque del marco lógico

Objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Crear un manual de marca corporativa y diseño publicitario del centro recreativo Oasis	Productos gráficos y audiovisuales	Entrevista con el propietario	Diseño de productos gráficos y audiovisuales para el centro recreativo Oasis.
Realizar un diagnóstico que permita la obtención de las características del centro recreativo Oasis	Conocer el centro recreativo para la recopilación de datos que nos permitan la elaboración del proyecto.	Análisis de demanda Entrevista con el propietario Observación documentada	Definir elementos a tomar en cuenta para el manual de marca del centro recreativo Oasis.
Crear el diseño de la identidad corporativa del centro recreativo Oasis.	En base a las características del lugar se diseñara la identidad visual del centro recreativo Oasis.	Resultados de la demanda	Documento físico y digital del manual de marca del centro recreativo Oasis.
Desarrollar el plan de marketing digital para la publicidad del centro recreativo Oasis	Cumplir con la problemática de que Oasis no cuenta con una comunicación eficaz.	Evaluación de problemáticas	Entrega de spot publicitarios y archivos para redes sociales

1.10. Matriz para la etapa del diseño.

Investigación	Diseño	Desarrollo	Materiales	Prueba
Al realizar una entrevista al propietario se espera tener una idea para tener claro la posición en la que se encuentra el centro recreativo Oasis con respecto a la competencia y así armar materiales gráficos que diferencien y destaquen en otros.	Entre las tareas se encuentra el manual de marca que permite cumplir las necesidades del cliente. Se realizará un prototipado que consiste en experimentar con diferentes elementos hasta llegar a la validación.	Para el desarrollo del proyecto se debe seguir la línea propuesta en el manual de marca. A partir de esto se creará todos los elementos que componen una línea gráfica.	Para la realización de este proyecto se necesita del recurso humano de 2 personas, computadoras de gama alta, elementos de papelería para el proceso de prototipo, tabletas gráficas y elementos básicos	Una vez que el diseño esté terminado será entregado al cliente del centro recreativo Oasis para que el determine si cumple con los requisitos que se plantearon.

2. Estudio de Mercado o diagnóstico

Está comprendido por el análisis de la información existente de la oferta, la demanda, los precios y los canales de comercialización del centro turístico Oasis, describiendo las características y el comportamiento de dichas variables en el mercado.

2.1. Definición del producto

Diseño de manual de marca corporativa para el centro recreativo Oasis, con el fin de crear una imagen reconocida por su público meta, poniendo en práctica el uso correcto elementos gráficos en tendencia, así como enfocado hacia el rubro de nuestro objetivo de desarrollo sostenible.

Objetivos:

- Identificar necesidad de información y promoción para el manual de marca del centro recreativo OASIS.
- Determinar las características de los componentes que va a contener el manual de marca.

2.2. Demanda real

El análisis de la demanda del centro recreativo Oasis ayuda a comprender las necesidades preexistentes, lo principal que se tiene que tener en cuenta es que el centro recreativo Oasis no cuenta con una identidad de marca que les permita a los clientes potenciales reconocer el lugar, contar con una identidad visual que se destaque y pueda ser identificada en todo el país.

El centro recreativo Oasis como primera necesidad plantea la creación de marca gráfica, este puede ser un logotipo, un isotipo, un isologo o un imagotipo, en conjunto crearemos alguno de los elementos principales que conformen el desarrollo de la identidad visual, que son el logo, la tipografía, su paleta de colores, materiales de divulgación (flyer, valla publicitaria y banner) y elementos de redes sociales como imágenes de publicaciones y la portada; para la cual pueda implementarse un plan de marketing que nos permita la creación y diseño de publicidad llamativa, dicha publicidad aumentara el impacto de la marca y el

reconocimiento visual hacia los clientes potenciales. La creación de estas dos herramientas es fundamental para que el centro recreativo Oasis pueda crecer en clientes e ingresos, dichas herramientas ayudaran a dar a conocer el centro recreativo Oasis alrededor del país.

2.3. Oferta

La oferta en el manual de marca para el centro recreativo OASIS son las siguientes características:

Estructura del logotipo: Este permitirá que a través de letras y símbolos el centro recreativo pueda tener una identidad a nivel corporativo y pueda tener un impacto en sus clientes objetivos.

Colores: Este paso es uno de los más importantes ya que aportara un rasgo diferenciador entre los demás, creando armonía en aspectos visuales.

Tipografía: Permitirá estimular el reconocimiento visual y este se acompañará de los demás elementos anteriores para tener una coherencia y lograr transmitir el mensaje que se tiene como objetivo.

Usabilidad: Una vez elaborado la identidad corporativa podemos verla en usos correctos e incorrectos, variaciones de tamaño y fondos corporativo, esto permitirá conocer si es armónico y coherente con nuestros elementos a usar.

Aplicaciones: Se mostrará cómo se verá en toda la papelería que se ocupará en el centro recreativo OASIS.

Productos audiovisuales

Spot publicitario

2.4. Análisis de costo

	Precio
Notebook HP Pavilion 14-dv0502la-476L9LA	US\$895
Paquete Adobe Creative Cloud	US\$239.88/año
Diseñador	US\$1,000
Escritorio	US\$82.50
Mouse	US\$14
Transporte	US\$100

2.5. Proveedores

Proveedor de Software: Adobe Creative Cloud

Proveedor de Material de oficina: Zona Cell

Proveedor de Hardware: COMTECH, SEVASA

2.6. Comercialización o servicios

El principal producto a entregar será el manual de marca el cual se entregará de forma impresa y digital como formato PDF editable, además se entregarán los archivos editables de Adobe Illustrator correspondientes a todos elementos del manual. También como parte del plan de marketing se distribuirán volantes por medio de publicidad, además se estará poniendo en marcha la realización de marketing digital con presencia en redes sociales, las cuales permitirán el aumento de personas que conozcan el centro recreativo Oasis.

2.7. Estrategia de mercado

Como estrategia el objetivo será romper con lo establecido y crear una solución completamente creativa, atractiva que cumpla con las necesidades del cliente y que pueda dirigirse a través de los mismos canales de manera eficaz, apoyándose de todos los recursos disponibles para llegar al público objetivo.

Es por eso que se creará spot publicitario para redes sociales en Facebook e Instagram con un tiempo de 30 segundos, así como para la plataforma de YouTube

con una durabilidad de 20 segundos, y este tendrá elementos que ofrece el centro recreativo como piscinas, la variedad en gastronomía y cabañas donde se pueden alojar, esto con el fin de captar la atención de las familias nicaragüenses y turista, de esta forma logrando también el incremento de ventas para el centro recreativo OASIS.

3. Estudio Técnico

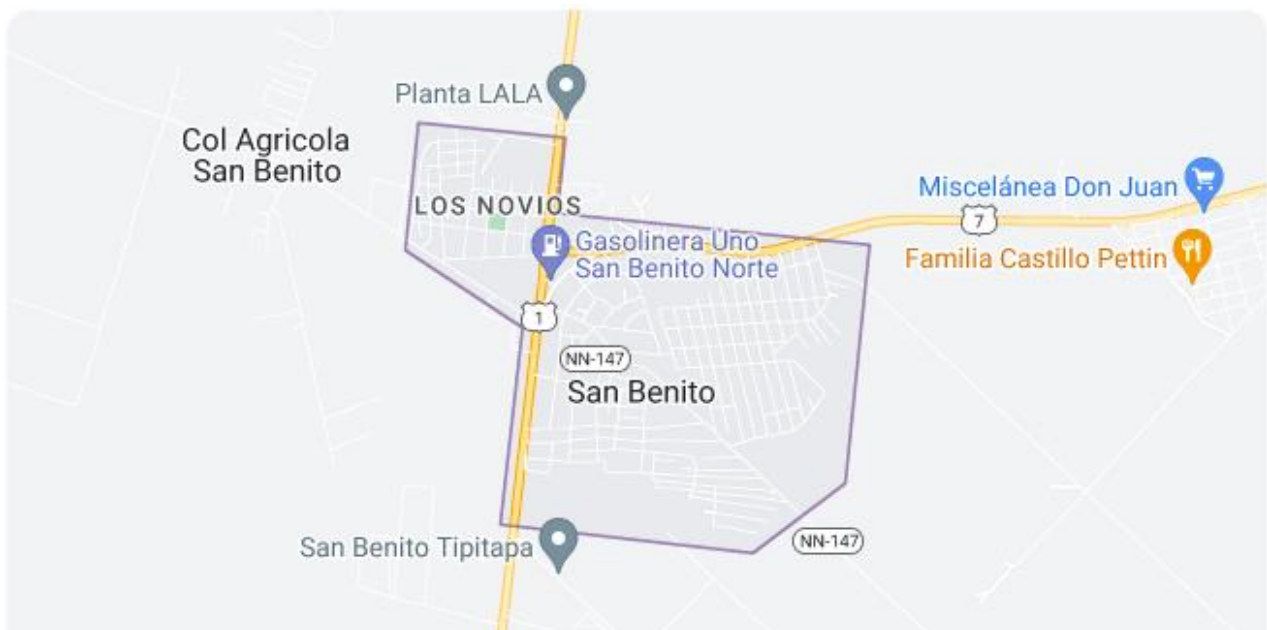
Con este estudio técnico, se busca determinar la viabilidad, de acuerdo al tamaño, condiciones de ubicación y mercado, capacidad financiera e interés particular en los beneficiarios del proyecto.

3.1. Tamaño del proyecto

La creación de la identidad visual para la realización de publicidad en el centro recreativo Oasis tendrá un impacto a nivel nacional y municipal ya que constará de la entrega del manual de marca digital y diseños para publicitar estas contendrá, vallas publicitarias, volantes, igual se harán diseños para las redes sociales de Facebook e Instagram.

3.2. Localización del proyecto (micro y macro)

Macro; El centro recreativo Oasis se encuentra en la comunidad de San Benito, en el municipio de Tipitapa, departamento de Managua, Nicaragua; su longitud es de -86.0667.





3.3. Procesos productivos

Materia prima necesaria para el desarrollo del proyecto:

Para el desarrollo del manual de marca corporativa se mencionan las siguientes empresas proveedoras de materia prima, tanto como software

Proveedores	Productos o servicios	
COMTECH, SEVASA	Computadoras, Tablet, mouse, teclado.	
ADOBE CREATIVE CLOUD	Licencia de software	

3.4. Distribución u organización de la Planta del Proyecto

La realización del manual de marca será entregada de manera impresa y digital editable, al propietario del centro recreativo Oasis, la cual incluye, imagotipo, tipografía, colores, papelería, así mismo el mockup de camisas, gorras, tazas. También se imprimirá un ejemplar del manual de marca para el portafolio. Se realizará el plan de marketing para la realización de publicidad, con el cual, se

elaborará 1 diseño de flyer y 1 para vallas publicitarias las cuales serán situadas en los puntos de concentración de personas, un baner, así también la producción de un spot publicitario.

A continuación, se detallará el concepto de los productos a entregar:

a. Manual de marca

Los manuales de marca o manuales de identidad corporativa son documentos de suma importancia a la hora de crear o empezar tu negocio con el diseño de un logo, ya que recogen todas las directrices y comportamientos de la imagen corporativa de una empresa o negocio.

b. Plan de marketing

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados. Este no se puede considerar de forma aislada dentro de la compañía, sino totalmente coordinado y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al plan general de la empresa, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados.

c. Imagotipo

El **imagotipo** es una forma de representar gráficamente una marca. En él podemos ver un **icono o imagen junto al nombre de la marca** que, juntos, representan un conjunto visual. En específico, representan el conjunto visual de la marca.

d. Flyer

Un flyer es una tarjeta o folleto de pequeño tamaño que contiene un mensaje de tipo comercial. El flyer se entrega en mano a clientes potenciales de la empresa, por eso es un método de publicidad directa muy efectivo.

e. Valla publicitaria

Las vallas publicitarias son un tipo de publicidad exterior basado en la colocación de anuncios publicitarios sobre soportes planos ubicados de formas estratégica en diferentes zonas urbanas o extraurbanas.

f. Banner

Un banner es un producto publicitario, consistente en una pieza gráfica que aparece en distintos sitios concurridos, con el objetivo de hacer publicidad a una marca. Su principal misión es crear un reconocimiento de la compañía que se anuncia.

g. Spot Publicitario

El spot publicitario es una herramienta de comunicación destinada a dar a conocer un producto o un servicio con la intención de informar de una manera efectiva a los usuarios. El anuncio publicitario es un formato de promoción perfecto para internet. De hecho, se utiliza tanto para Televisión como para redes sociales e internet.

3.5. Ingeniería de proyectos

En esta fase debemos tomar en cuenta la maquinaria que será necesaria para la realización del proyecto, tomando en cuenta las características del mismo, definimos los recursos y equipos que son indispensable para la puesta en marcha del proyecto.

3.5.1. Maquinaria y Equipos

Maquinaria y Equipos	Función
Computadora: Notebook HP Pavilion 14-dv05021a-476L9LA	Buen procesador para la realización de materiales ilustrativos
Tablet Lenovo - Tab M10 - ZA4H0097PA	Capacidad para ilustrar de manera optima
Mouse	Mejor navegación en la computadora
Escritorio	Ubicar los equipos tecnológicos y papelería

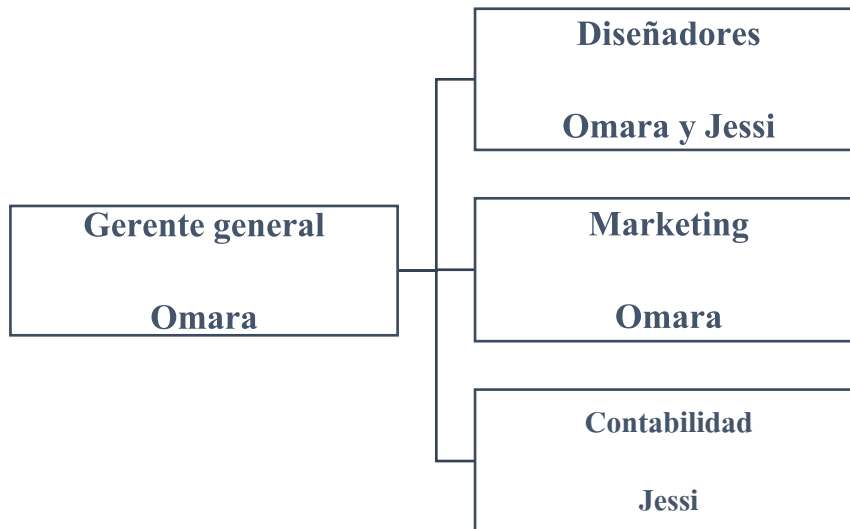
Silla	Mayor comodidad
Teclado	Escritura

3.5.2. Aspectos administrativos

El proyecto será desarrollado por integrantes de la carrera de Diseño Gráfico y Multimedia de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua, como parte del proyecto de graduación, las cuales han sido capacitados para el desarrollo de proyectos enfocados en el área de diseño gráfico y multimedia, los cuales a su vez estarán supervisados por tutores del departamento de Tecnología Educativa, de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua.

3.6. Organización de puestos y funciones

La ejecución del proyecto estará a cargo por dos personas profesionales en diseño y marketing, quienes serán los involucrados para el desarrollo del proyecto.



3.6.1. Descripción de Puestos

Gerente general:

- ✓ Planear, coordinar, ejecutar y controlar las diferentes tareas operativas y administrativas de los proyectos, asegurando el cumplimiento de fechas de entrega, calidad de los resultados y compromisos adquiridos.

Diseñador:

- ✓ Responsable del diseño de crear la identidad visual del centro.

Marketing:

- ✓ Responsable de realizar plan de marketing.

Contabilidad:

- ✓ Responsable de verificar el área económica.

Funciones

Director de Proyecto:

- ✓ Administrar los recursos asignados al proyecto (presupuesto, equipos, recurso humano, materiales, insumos, etc.), maximizando el uso de los mismos.
- ✓ Asegurar que el proyecto se realiza de acuerdo con la documentación de planeación.
- ✓ Anticipar, identificar y evaluar posibles riesgos que puedan afectar el desenvolvimiento del proyecto, y proponer estrategias de mitigación a fin de que se cumplan los objetivos establecidos.

Diseñador

- ✓ Reunirse con el cliente.
- ✓ Calendarizar el proceso creativo.
- ✓ Diseñar bocetos y layouts.
- ✓ Presentar los bocetos al cliente.
- ✓ Seleccionar y coordinar proveedores gráficos.

- ✓ Supervisar los procesos de producción.

Marketing

- ✓ Analizar y almacenar la información de mercado.
- ✓ Diseño de producto y desarrollo.
- ✓ Planificación del marketing.

Contabilidad

- ✓ Elaborar el presupuesto.
- ✓ Gestionar desembolso.

Requisitos

Director del proyecto:

- ✓ Persona metódica, autónoma, proactiva y con habilidades comunicativas.
- ✓ Gran capacidad de trabajo en equipo y de gestión.
- ✓ Dinamismo, facilidad de aprendizaje y adaptación al cambio.
- ✓ Buena dirección de equipos.
- ✓ Persona analítica, resolutiva y con iniciativa.

Diseñador

- ✓ Experiencia contrastada en diseño gráfico.
- ✓ Un catálogo sólido de ilustraciones u otros gráficos.
- ✓ Familiaridad con el software y las tecnologías de diseño (como InDesign, Illustrator, Photoshop).
- ✓ Buen ojo para la estética y los detalles.
- ✓ Excelentes dotes de comunicación.

Marketing

- ✓ Innovación y creatividad.
- ✓ Ser un aliado con la tecnología.
- ✓ Buenas habilidades de observación.
- ✓ Construir relaciones formidables.
- ✓ Adaptabilidad.

Contabilidad

- ✓ Responsable.
- ✓ Honesto.
- ✓ Controlar los estados financieros.
- ✓ Analizar, registrar y gestionar los ingresos y egresos.
- ✓ Orientar a los clientes en la declaración de impuestos.
- ✓ Supervisar el sistema de software contable.
- ✓ Realizar presupuestos.

Recursos

Director:

- ✓ Computadora.
- ✓ Paquete Microsoft Office.
- ✓ Papelería.

Diseñador:

- ✓ Computadora.
- ✓ Paquete Adobe Creative Cloud.
- ✓ Tableta gráfica.

Marketing:

- ✓ Computadora.
- ✓ Paquete Microsoft Office.
- ✓ Papelería.
- ✓ Viatico de pasajes.

Contabilidad:

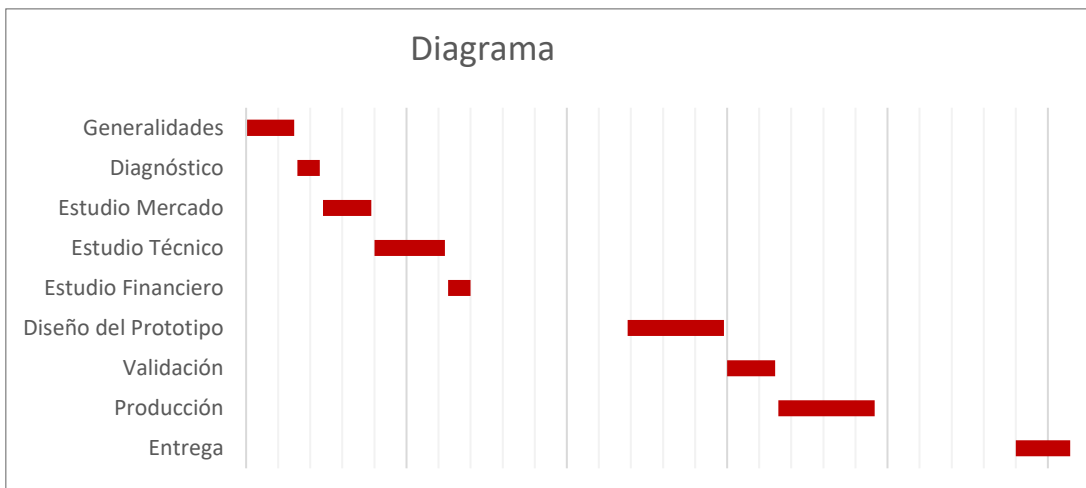
- ✓ Computadora.
- ✓ Paquete Microsoft Office.
- ✓ Papelería.

3.7. Aspectos legales del proyecto

Para proceder a realizar la inscripción de la patente de la marca en Nicaragua debemos regirnos por la Ley No.380, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. La presente Ley tiene por objeto establecer las disposiciones que regulan la protección de las marcas y signos distintivos.

Primeramente, realizamos una solicitud de registro, en las oficinas de la Secretaría del Registro de la Propiedad Intelectual, regido bajo el artículo 9 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

3.8. Planificación y organización de la programación y ejecución de las actividades



3.9. Matriz de ejecución y seguimiento.

Actividades	Responsabl	Fecha de Ini	Días	Fecha de Fi	Estado
Generalidades	Grupo	5-abr	15	20-abr	Completado
Diagnóstico	Grupo	21-abr	7	28-abr	Completado
Estudio Mercado	Grupo	29-abr	15	14-may	Completado
Estudio Técnico	Grupo	15-may	22	6-jun	En Proceso
Estudio Financiero	Grupo	7-jun	7	14-jun	Pendiente
Diseño del Prototip	Grupo	2-ago	30	1-sep	Pendiente
Validación	Grupo	2-sep	15	17-sep	Pendiente
Producción	Grupo	18-sep	30	18-oct	Pendiente
Entrega	Grupo	1-dic	17	18-dic	Pendiente
	Inicio	44656.00			
	Fin	44913.00			

3.10. Recursos del proyecto.

Actividades	Recursos	Costos
Generalidades	Computadora	S\$895.00
	Internet	S\$30.00
	Director de proyecto	S\$200
	Energia	S\$8.00
	Escritorio	S\$82.50
	sillas	S\$80
Diagnóstico	transporte	S\$25.00
	Internet	S\$30.00
	Director de proyecto	S\$200
	Energia	S\$8
	Licencia microsoft	S\$100
	Papeleria	S\$10.00
Estudio de mercado	Internet	S\$30.00
	Director de proyecto	S\$100
	Energia	S\$8.00
	transporte	S\$25.00
	papeleria	S\$10.00
Estudio Técnico	Internet	S\$30.00

	Energia	S\$8.00
	transporte	S\$25.00
	papeleria	S\$10.00
Estudio Financiero	Internet	S\$30
	Director de proyecto	S\$200.00
	Energia	S\$8.00
	Transporte	S\$25.00
	Papeleria	S\$10.00
Diseño de prototipo	Internet	
	Diseñador	S\$1,000.00
	Licencia Adobe	S\$239.88
	Tablet Lenovo	US\$150.00
	Papeleria	S\$10.00
Validación	Internet	S\$30.00
	Energia y papeleria	S\$18.00
Producción	Internet	S\$30.00
	tablet	S\$150.00
	papeleria	S\$10.00
	Energia	S\$8.00
Entrega	Internet	S\$30.00
	Energia	S\$8.00
	impresión de publicidad	S\$120.00
	papeleria	S\$10.00
	Registro de propiedad intelectual	S\$135.00
	Certificación de signo distintivo	S\$25.00
	Director de proyecto	S\$200.00
TOTAL		S\$4,501.37

3.11. Aspectos sociales del proyecto

Según la RSE cuando se habla de aspectos sociales se refiere al impacto producido por la empresa hacia las personas, principalmente en aquellas que trabajan en ella, y en las comunidades donde opera.

En nuestro proyecto contribuiremos a generar más empleos, ya que, necesitamos de un personal capacitado para lograr nuestros objetivos, en la ejecución del proyecto se requieren personas que trabajen dentro del Centro Recreativo Oasis, cumpliendo con las áreas de atención al cliente y en las distintas áreas de publicidad tradicional y online. Generando así una fuente de ingresos para las familias de la comunidad.

3.12. Aspectos económicos del proyecto

En el área del proyecto existe potencial turístico, el turismo en esta zona aporta a la economía de la comunidad; La comunidad se beneficia de los ingresos de pagos mensuales de impuestos, ayudando así a mejorar la infraestructura de las calles, colegios, entre otras instituciones de la comunidad. El turismo aporta en el aspecto económico al Centro Recreativo Oasis como a los comercios que se encuentran en la zona, pequeños y medianos comerciantes se benefician.

El Centro Recreativo Oasis cuenta con piscinas, área de comedor y cabañas; también se implementará un recorrido a pie o a caballo alrededor de la finca que lleva el mismo nombre, este recorrido va a generar una fuente de ingreso extra, con la cual se busca atraer a personas con espíritu aventurero a que visiten la zona, ya que no muchas personas lo visitan dado que es un lugar seco que no llama la atención a simple vista.

4. Estudio financiero

En este punto se presenta la inversión que requiere el proyecto, así como las necesidades de financiamiento para poder ejecutarlo.

4.1. Capital de trabajo

La Inversión en capital de trabajo la forman los recursos financieros y bienes circulantes, insumos, mano de obra, costos indirectos variables y los gastos de administración, tomados al costo de mercado que se necesitan para el funcionamiento del proyecto durante.

Descripción	Unidad medida	Cantidad	Precio unitario	Total US\$
Diseñador		2	US\$500.00	US\$1,000.00
Internet	Mes	8	US\$20.00	US\$160.00
Energía eléctrica	Mes	8	US\$15.00	US\$120.00
Transporte			US\$100	US\$100.00
Impresión de publicidad			US\$120.00	US\$120.00
Papelería y útiles	mes	8	US\$10.00	US\$80.00

4.2. Inversión Fija

Son todos los activos necesarios para iniciar las operaciones de un proyecto, para este caso se requiere de equipo de oficina, software y hardware, alquiler de local, el total de inversión fija es de US\$1,400.87Dólares.

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total US\$
Computadora Hp	1	US\$895.00	US\$895.00
Paquete Adobe Creative Cloud	1	US\$239.88	US\$239.88
Escritorio	1	US\$82.50	US\$82.50
Mouse	1	US\$14.00	US\$14.00
Tablet Lenovo - Tab M10 - ZA4H0097PA	1	US\$150.00	US\$150.00
Cafetera	1	US\$19.99	US\$19.99
Total, inversión fija			US\$1,400.87

4.3. Inversión Diferida

Este tipo de **inversión** se refiere a las **inversiones** en activos, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Descripción	Precio unitario	Total US\$
Estudio de mercado	US\$60	US\$60
Registro de propiedad intelectual	US\$135	US\$135
Certificación de signo distintivo	US\$25	US\$25
Total, inversión diferida		US\$220.00

5. Conclusión

El diseño del manual de marca para la realización de publicidad ha sido de gran importancia para la identidad gráfica del Centro Recreativo Oasis, ya que carecía de elementos de comunicación visual, como los son los materiales publicitarios, con estrategias de marketing enfocadas en alcanzar el grupo meta.

El desarrollo de un marca que represente la identidad y valores del Centro Recreativo Oasis, ha proporcionado una mejor aceptación del público meta el cual por medio del estudio de mercado realizado anteriormente, se concluyó que los clientes encontraron la necesidad de que el centro contara con publicidad, a la vez de mejorar el aspecto visual del centro, por consecuente, luego de presentar el manual de marca al propietario del centro y a clientes, nos dimos cuenta que la necesidad había sido cubierta, con materiales gráficos asertivos para el contexto, enfocados en mostrar los valores del centro.

En conclusión, una vez realizado el manual de marca, se ejecutó el plan de marketing para la creación de publicidad, entregando los productos al propietario del centro para su respectiva distribución, alcanzando los objetivos propuestos al inicio de este viaje.

6. Recomendaciones

El Centro Recreativo Oasis debe tomar en cuenta las siguientes recomendaciones para emplear los productos gráficos creados para comunicar su marca:

- 1- El Centro Recreativo Oasis debe hacer uso correcto de los materiales gráficos en los diferentes canales como redes sociales y publicidad en valla y volantes.
- 2- Se recomienda hacer actualizaciones de las estrategias de marketing respetando la línea gráfica del centro recreativo Oasis.
- 3- Contar con profesionales en el ramo del diseño gráfico y multimedia para hacer uso correcto de los productos gráficos audiovisuales y el manual de marca.
- 4- Respetar la línea gráfica, como el correcto uso del imagotipo, tipografía, tamaños, paleta de colores, entre otros.
- 5- Una vez desarrollado el manual de marca se recomienda llevar el uso correcto de las directrices establecidas en el documento previsto.

7. Bibliografía

- Cardeña, L. (2022). *Qué es un manual de marca y cual es su importancia*. Obtenido de <https://20sagencia.com/que-es-un-manual-de-marca-y-cual-es-su-importancia/>
- Córdonas, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos. propuesta de imagen corporativa*. Managua.
- f., s. (s.f.). *clickprinting*. Obtenido de <https://www.clickprinting.es/blog/qu-es-un-flyer-publicitario-y-de-que-sirve>
- Garzón, A. (2016). *Estudio de mercado para el desarrollo de un centro en el municipio de Pach Cundinamarca para el año 2017*.
- J. Gómez, P. S. (2020). *Productos gráficos y audiovisuales para el Departamento de Enseñanza de las . Managua*.
- marketing-xxi*. (12 de 11 de 2014). Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
- Méndez, D. (2021).
- Méndez, D. (2021). *numdea*. Obtenido de <https://numdea.com/imagotipo.html>
- pymdisegrafic*. (30 de 04 de 2017). Obtenido de <https://pymdisegrafic.wordpress.com/2017/03/28/vallas-publicitarias-concepto-y-caracteristicas/>
- Rojas, A. (2021). *Fortalecimiento Técnico Agropecuario para Jóvenes de la Comarca Rural de Pochocuape*. Managua.
- Valderrama, C. (2010). *Rediseño de marca y creación del manual de identidad corporativa del proyecto eco turístico*.

8. Anexos

Entrevista a experto en diseño gráfico.

Esta entrevista tiene como objetivo conocer las características que conforman un Manual de marca y cómo podemos posicionarla.

1- Datos personales.

Yuri Yarok Somarriba Centeno.

2- ¿Qué elementos debe tener un manual de marca para ser efectivo?

A mi criterio los elementos a considerar son los siguientes:

- Armonía de los colores
- Las tipografías corporativas
- El logotipo y sus diferentes versiones.
- Las aplicaciones de la marca. Por ejemplo, mock-ups
- Los usos incorrectos de la marca.
- Los correctos usos en soportes digitales y audiovisuales.

3- ¿Qué medios digitales serian lo más eficaces para establecer mi marca?

Las diferentes redes sociales, ya que es la forma de llegar a más personas

4- ¿Qué estrategias utilizo para posicionar mi marca?

Promocionar la marca, además de las redes sociales, pueden invertir en artes publicitarios para llegar al público objetivo.

5- ¿Cómo elaborar estrategias publicitarias para llegar mis clientes de manera eficaz?

1. Crear comunidades sobre temas que les interesan a los consumidores
2. Muestra gratis del producto para darlo a conocer
3. Lista de emails
4. Anuncios para divulgar el producto directamente
5. Páginas webs interactivas como landing pages, infografías

6- ¿Qué debo saber de mi competencia?

Su entorno de mercado

estrategias que utiliza

Fortalezas y habilidades

7- ¿Cuáles son las tendencias que debería utilizar para la elaboración del manual de marca?

Romper con lo establecido, y realizar más soluciones creativas e innovadoras.

8- ¿En qué me ayudaría realizar un análisis FODA para conocer tantos fortalezas y debilidades de la competencia y propia?

Para estudiar la situación de la empresa analizando las características internas y situaciones externas a fin de desarrollar un plan estratégico para la marca o empresa

Material gráfico corporativo que podamos observar:

No existen.

Información del centro recreativo Oasis.

No existe logo del Departamento, ni diseño de papelería.

Entrevista a propietario Oasis

Esta entrevista tiene como objetivo conocer las necesidades y antecedentes de nuestro cliente para la elaboración del manual de marca corporativo OASIS

Datos personales del entrevistado.

Víctor Ortega

¿Qué visión tiene de su negocio?

Brindar un servicio de calidad, donde pueda llamar la atención de nuevos clientes, ya que, nuestros clientes actuales son las personas que viven en los alrededores y yo quiero que mi negocio sea llamativo para personas de fuera.

¿Cuál es su misión?

Mi misión siempre ha sido expandir mi negocio, que sea reconocido para que pueda venir mas gente a disfrutar de los servicios que ofrecemos.

¿Cuáles son los antecedentes del centro recreativo OASIS?

El centro nació con una idea en los inicios de la década, el la cual constaba de construir piscinas para que las personas pudieran relajarse, ya que, San Benito cuenta con un clima bastante caliente.

¿Habría pensado en realizar usted en un estudio de mercado?

Si, pero no contaba con mucha información al respecto, no me había asesorado para poder hacer todo esto.

¿Tiene elaborado un manual de marca?

No, siempre trabajamos con logos hechos línea, pero no representaban nuestros valores.

¿Está interesado en la elaboración de un manual de marca para su negocio? ¿Por qué?

Si, por que veo la necesidad, y como otros negocios han crecido por tener un logo llamativo.

¿Cómo pretende llegar efectivamente a sus clientes?

Con publicidad llamativa, abrir redes sociales y ahí publicar nuestros servicios.

¿Qué estrategias usuarias para captar la atención de la mayor cantidad de cliente?

Tener redes sociales, para que la gente pueda ver de que se trata el centro y los servicios que ofrecemos.

¿Qué elementos le gustaría que tuviera su identidad corporativa?, ¿Qué ambientes le gustaría para hacer una campaña publicitaria de su negocio?

Guion Literario- Spot Publicitario

Int-Día Entrada del Imagotipo del Centro recreativo Oasis

//Transición//

Int-Día Una Imagen de las piscinas

Centro recreativo Oasis

Voice Over.

Un lugar con mucha diversión, ven y disfruta de las piscinas para niños y adultos.

//Transición//

Int-Día Micro video de los trabajadores del local de fondo mostrando las ofertas

Voice Over.

Contamos con amplias instalaciones de cabañas y restaurante

//Transición//

Int-Día

Micro video de la entrada del local

Voice Over

Abierto desde las 8:00 Am a las 7:00 PM, todos los días

//Transición//

Int-Día

Entrada del Imagotipo del centro recreativo Oasis

Centro recreativo Osis

Int-Día

Imagen de fondo entrada del local.

Contáctanos

Guion Tecnico- Spot Publicitario

Esce na	Plano	Movimie nto	Acción	Texto	Sonido	Durac ión
1	Plano gener al	Zoom in Letras Movimie nto de izquierda a derecha	Entrada del Imagotip o	Centro recreativ o Oasis	Música corporat iva	2
2	Plano en conju nto		piscinas	Un lugar con mucha diversión , ven y disfruta de las piscinas para niños y adultos	Voice over	8
3	Plano medio		trabajad ores del local de fondo mostrand o las ofertas	Contamos con amplias instalaci ones de cabañas y restauran te	Voice over	10
4	Plano gener al		Entrada del local	Abierto desde las 8:00 Am a las 7:00 PM, todos los días	Voice over	10
5	Plano gener al	Zoom in Letras Movimie nto de izquierda a derecha	Entrada del Imagotip o	Centro recreativ o Osis	Música corporat iva	2
6	Plano gener al		Contácta nos		Música corporat iva	8

Promoción
en cocteles



C\$72
Córdoba

▼
▼

Sábado y domingos



MÚSICA EN VIVO

sábado 11 de febrero
6:30 pm

Promociones: -Cubetazos C\$ 200
-2x1 en cócteles margarita

Logo: Centro Recreativo **OASIS** San Benito

MENÚ

10% Descuento

Todos los días

Shot extra lite de cortesía
FIN DE SEMANA

¡VEN Y DRIFRUTA EN FAMILIA!

Facebook search bar: Buscar en Facebook

Centro Recreativo **OASIS** San Benito

0 Me gusta • 0 seguidores

Publicaciones Información Menciones Opiniones Seguidores Fotos Más

Información Categoría: Centro recreativo

Instagram search bar

centrorecreativoasis23 Editar perfil

0 publicaciones 0 seguidores 0 seguidos

Victor Ortega

PUBLICACIONES GUARDADO ETIQUETADAS

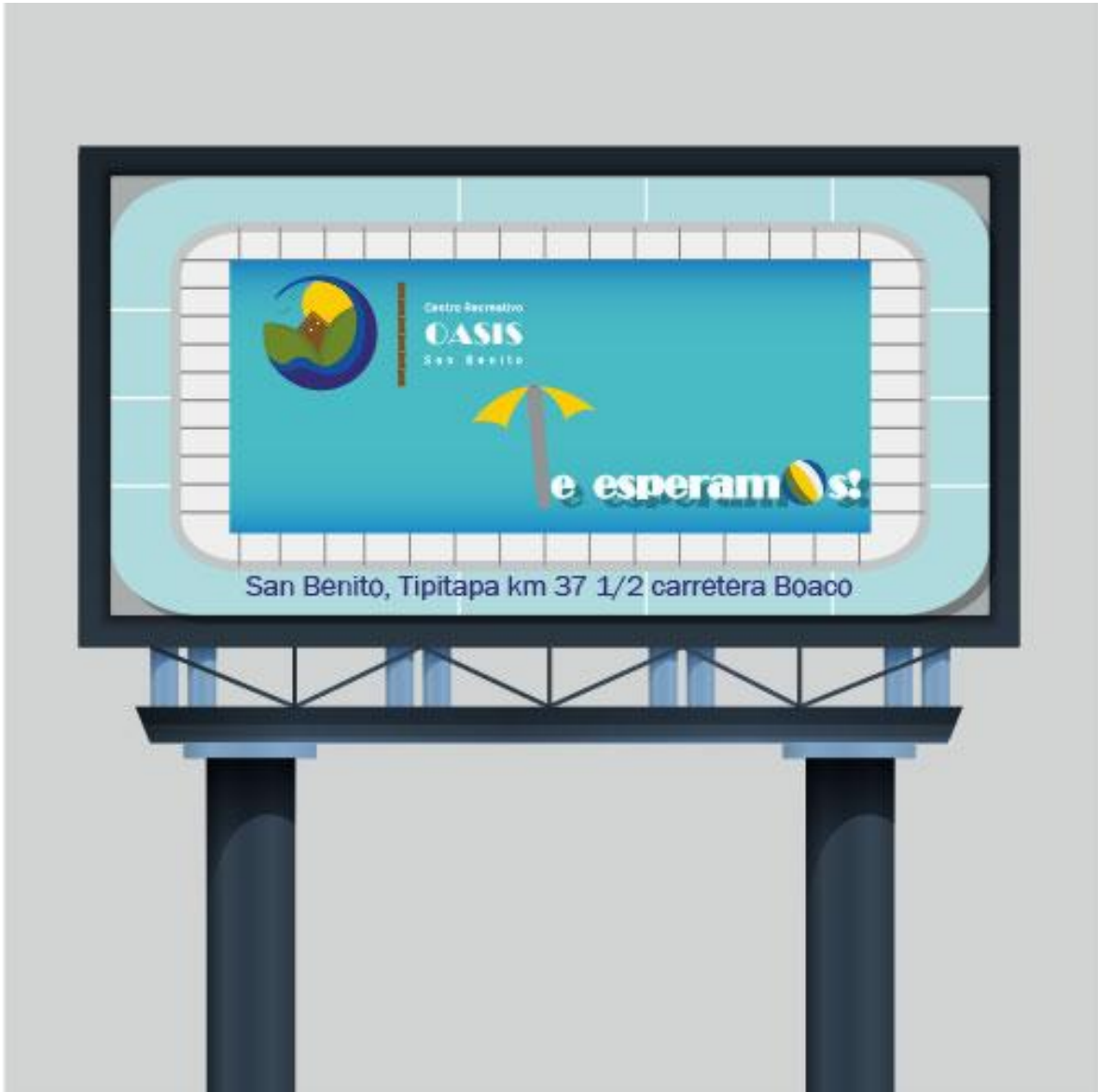
Primeros pasos

- Comparte fotos: Cuando compartas fotos, aparecerán en tu perfil. [Comparte tu primera foto](#)
- Agrega el número de teléfono: Agrega tu número de teléfono para que puedas restablecer la contraseña, buscar amigos, etc. [Agregar número de teléfono](#)

Meta Información Blog Empleo Ayuda API Privacidad Condiciones Cuentas destacadas Ubicaciones Instagram Lite







Plan de Marketing Digital

Contenido

Plan de marketing digital	54
Definición de la meta	54
Análisis de la competencia:	54
Objetivos:	55
Objetivo general	55
Objetivos específico	55
Estrategias:	55
Ejecución del plan.	57

Plan de marketing digital

Definición de la meta: Ser un centro turístico distinguido por la calidad de sus servicios, tener el reconocimiento de sus clientes y proveedores, teniendo como objetivo el buen y oportuno servicio al cliente.

Análisis de la competencia:

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de Especializado en marketing digital. ✓ Desconocimiento del entorno digital. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Público inactivo por falta de actividad publicitaria en redes sociales. ✓ Nuevas tendencias publicitarias.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reconocimiento municipal de la marca por su servicio. ✓ Ofrecer nuevos servicios. ✓ Buena atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mantener en continua información sobre las tendencias digitales. ✓ No dejar al lado la tecnología para promocionar los servicios que brinda Oasis

Objetivos:

Objetivo general.

- Objetivo General: Diseñar un plan de marketing para el centro recreativo Oasis, donde se plantea el reconocimiento de la marca y oportunidades de clientes a través de canales digitales y el posicionamiento en el mercado actual.

Objetivos específico.

- Obtener el reconocimiento de marca por medio de las redes sociales de Facebook e Instagram.
- Lograr interactuar con los futuros clientes en las redes sociales por los próximos dos meses.
- Aumentar el reconocimiento de la marca en un 15% en los próximos 6 meses.

Estrategias:

Se determina que el centro recreativo oasis a lo largo de sus años no han utilizado herramientas digitales y ninguna estrategia que le permita dar a conocer al máximo los beneficios y a llevar un seguimiento de las acciones realizadas.

Estrategias para redes sociales: Implantar el reconocimiento de la marca por medio de redes sociales: Para esto se planteó lo siguiente:

- Creación de concursos en Facebook e Instagram: Cada tres meses se realizará una actividad, donde se incentivarán a que los seguidores posteen una foto en el centro recreativo oasis y el mejor será escogida por un grupo encargado del local y se premiara con dos días de estancia en dicho lugar.
- Creación de contenido mostrando los espacios que ofrece: Cada dos semanas se subirá un video mostrando los espacios y platillos que ofrece, con el fin de interactuar con los seguidores y mostrar la calidad e higiene del centro recreativo
- Publicación de post en Facebook e Instagram: se subirán tres posts por semana estos días serán martes, jueves y sábado, donde las imágenes publicitarias contendrán información del servicio del centro recreativo oasis, mostrando: instalación, restaurante y el equipo de trabajo.

Estrategias de contenido: Crear contenido que aporte al reconocimiento de la marca.

- Subir mensajes incentivando a la visita del centro recreativo, crear videos de calidad y facilitar la información de todo el espacio que contiene Oasis.
- Creación de spot publicitarios, es decir, con clientes y trabajadores que den testimonio de la experiencia del centro recreativo Oasis.

Recomendaciones: Se contratará una persona para que sea la encargada del Marketing digital en la empresa, por lo tanto, entre sus labores se encuentra:

- Conocimiento en la evolución del marketing tradicional a la digital.
- Acompañamiento en la publicación publicitaria digital.
- Crear contenido creativo para la atención del cliente.

Ejecución del plan.

CALENDARIO SEMANAL							
Acciones	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Creación de redes							
Publicación en Facebook							
Publicación en Instagram							
Spot en Facebook							
Spot en Instagram							

