



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

TESIS DE GRADO

Proyecto de Graduación BEM (Branding y Estrategias de Marketing)

Hernández, Stacy; Lopez, Daniela.

Asesor/Tutor

Omar Altamirano

ÁREA DE CONOCIMIENTO EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES

¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

**Área de Conocimiento
Educación, Arte y Humanidades.**

Recinto Universitario “Rubén Darío”

**Nombre de Proyecto de Graduación Branding y Estrategias de
Marketing dirigidas al Hotel Mirador los Volcanes.**

Tesis para optar al grado de
Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia

Autor/es

Bra. Daniela Claudia López Peña
Bra. Stacy Junieth Hernández Escobar

05 de Diciembre, 2024

“2024: Universidad Gratuita y de Calidad para Seguir en Victorias”

CARTA AVAL

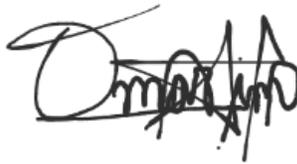
El concepto de branding se refiere a la construcción y gestión estratégica de una marca, cuyo propósito es crear una identidad sólida, reconocible y coherente que resuene en la mente y emociones de su público objetivo, para posicionar en un mercado competitivo. Este proyecto busca desarrollar una propuesta integral de identidad visual y estrategias de marketing para el **Hotel Mirador Los Volcanes**, con el objetivo de fortalecer su marca y destacar en el dinámico entorno turístico, a través de un análisis de mercado, público objetivo, necesidades y soluciones innovadoras que potencien el valor de la marca y aseguren su posicionamiento efectivo.

Con relación a lo anterior, el presente documento para optar a la Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia que lleva por título principal: "**Branding y Estrategias de Marketing dirigido al Hotel Mirador Los Volcanes**" desarrollado por los estudiantes:

- Br. Daniela Claudia Lopez Peña.
- Br. Stacy Junieth Hernández Escobar.

Se certifica que este proyecto cumple con los criterios técnicos y metodológicos exigidos, además de reflejar el nivel de preparación profesional alcanzado por los estudiantes. Avalo su calidad académica permitiéndoles 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 cinco días del mes de diciembre del 2024.



Lic. Omar Altamirano
Tutor

Dedicatoria y Agradecimiento

Dedicamos nuestro proyecto de graduación primeramente a nuestro Padre Celestial, quien nos brindó salud, sabiduría, perseverancia, amor y fortaleza para llevar a cabo la ejecución y finalizar con éxito el presente proyecto, su guía y sustento han sido fundamentales en cada etapa de este proceso.

También queremos expresar nuestro profundo agradecimiento a nuestra familia, quienes han sido nuestro pilar de apoyo incondicional. Su amor, aliento y sacrificio han sido fundamentales a lo largo de nuestro camino hacia la graduación, les agradecemos por creer en nosotros y por estar siempre presentes en cada paso que hemos dado, por su tiempo y por su apoyo económico, pero principalmente emocional, sin la motivación y la fe que ellos tienen sobre nosotros nos hubiera sido más difícil este camino, así mismo dedicamos nuestro proyecto a esos familiares que no están en este plano de vida, pero que siempre confiaron en nosotros y de donde estén están orgullosos por vernos finalizar esta etapa de nuestra vida.

Agradecemos a nuestras invaluable mascotas, quienes nos acompañaron en esas noches de desvelos y nos daban fuerza mediante su amor sincero, su compañía fue indispensable para nosotros.

Queremos expresar nuestro agradecimiento a los profesores que nos apoyaron en el camino de nuestra carrera profesional, esos profesores quienes estuvieron ahí para compartirnos sus conocimientos de una manera dedicada, su experiencia y orientación han sido invaluable en nuestro desarrollo académico y profesional.

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo es realizado como parte del Proyecto de Graduación de la carrera de Diseño Gráfico y Multimedia de la UNAN-Managua. Este proyecto consiste en la realización de la reconceptualización de la marca gráfica de Mirador Los Volcanes y la planificación de las estrategias de marketing para complementar y aumentar el reconocimiento de la marca.

Esta nueva conceptualización cuenta con un Manual de identidad corporativa, un plan de marketing y material publicitario. El manual incluye el uso y restricciones del logo, así mismo como la personalidad de la marca, su voz y tono al momento de comunicarse, estas son piezas claves al momento de implementar las estrategias presentadas en el plan de marketing.

El objetivo principal del proyecto **BEM** es la creación del branding y estrategias de marketing para el Ecolodge Mirador Los Volcanes que contribuirá al desarrollo humano del país al proporcionar una marca ecológica que fomenta el desarrollo y la comercialización a turistas nacionales y extranjeros, llegando a promover prácticas que minimicen el impacto ambiental y preserven de la biodiversidad de la comunidad.

CARTA DEL PROYECTO (Project Chárter)

1. Información general del Proyecto				
Nombre del Proyecto:	BEM (Branding y Estrategias de Marketing dirigidas al Hotel Mirador los Volcanes)			
Patrocinadores ejecutivos:	***			
Patrocinador del departamento:	***			
Impacto del proyecto:	El impacto de este proyecto es de carácter social con el propósito de lograr desarrollar e implementar de estrategias integrales de marketing y branding que promuevan la imagen del hotel como un referente en turismo ecológico y responsable, destacando sus prácticas sostenibles y su compromiso con el cuidado del medio ambiente y la comunidad local.			
2. Grupo de proyecto				
	Nombre	Departamento	Teléfono	E-mail
Director del Proyecto	Stacy Hernández	Diseño Gráfico	8490-0653	stacyescobar136@gmail.com
Miembros del Equipo	Daniela López	Maquetación y Diagramación	5881-4703	claucdlp89@gmail.com
	Stacy Hernández Daniela López	Elaboración de material publicitario		
3. Partes interesadas (p. ej., aquellos con un interés significativo o que se verán significativamente afectados por este proyecto)				
Las personas que serán directamente beneficiadas con este proyecto son principalmente los dueños del restaurante, trabajadores del Hotel, comunidad donde se encuentra ubicado el Hotel, así mismo el sector turismo.				

4. Alcance del Proyecto

Propósito del proyecto/justificación comercial Describa la necesidad comercial que aborda este proyecto

El proyecto BEM está enfocado en la creación del branding y estrategias de marketing para el Hotel Ecológico Mirador los Volcanes que contribuirá al desarrollo humano del país al proporcionar una marca ecológica que fomente el desarrollo y la comercialización a turistas nacionales y extranjeros, llegando a promover prácticas que minimicen el impacto ambiental y preserven de la biodiversidad de la comunidad.

Objetivos (en términos comerciales) Describa los resultados medibles del proyecto, p. ej., reducir el costo en XXXX o aumentar la calidad en YYYY

- Realizar un estudio de mercado para conocer la población interesada en la aceptación de un hotel ecológico, mediante 100 encuestas a personas interesadas en el turismo sostenible, utilizando plataformas en línea para distribuir y recopilar datos.
- Diseñar la identidad visual de Ecolodge Mirador Los Volcanes en un plazo de 4 meses que refleje el compromiso ambiental del hotel, mediante elementos gráficos que comuniquen la conexión con la naturaleza.
- Elaborar un plan de marketing para Ecolodge Mirador Los Volcanes con estrategias de contenido para 1 mes donde se promueva el 10% de la interacción en redes sociales de los turistas con el medio ambiente.

Entregables Enumere los "productos" de alto nivel que se crearán (p. ej., proceso XXXX mejorado, manual del empleado en YYYY)

Estos entregables asegurarán un enfoque integral y coherente en la creación de la identidad de marca y la implementación de estrategias de marketing para el Hotel Ecológico Mirador Los Volcanes, promoviendo la interacción de los turistas con el medio ambiente y fortaleciendo su posición en el mercado.

1. Identidad de Marca
2. Normativa de Uso
3. Materiales Promocionales
4. Estrategias de Marketing
5. Publicidad para Redes Sociales

Alcance Enumere lo que el proyecto abordará y lo que no abordará (p. ej., este proyecto aborda unidades que reportan a la Oficina del vicepresidente Ejecutivo. Las unidades que reportan a la Oficina de Provosts no están incluidas)

Lo que Abordará el Proyecto

1. Investigación y Análisis de Mercado

- Análisis detallado del mercado, competencia y público objetivo.
- Creación de perfiles de buyer personas.

2. Desarrollo de Identidad de Marca

- Definición de la misión, visión y valores de la marca.
- Desarrollo de la propuesta de valor y mensajes clave.
- Diseño de elementos visuales y verbales de la marca (logotipo, paleta de colores, tipografía, iconografía).

3. Creación de Materiales Promocionales

- Diseño de plantillas de materiales impresos y digitales (folletos, tarjetas de presentación, papelería, contenido para redes sociales).

4. Desarrollo de Estrategias de Marketing

- Programas de voluntariado Ambiental.
- Tours y excursiones ecológicas guiadas.
- Programas de turismo responsable.
- Marketing de contenidos y redes sociales.

Lo que No Abordará el Proyecto

1. Infraestructura Física del Hotel

- Construcción, renovación o mantenimiento de instalaciones físicas del hotel.
- Implementación de tecnologías o sistemas físicos dentro del hotel (p.ej., sistemas de energía renovable, infraestructura de reciclaje).

2. Operaciones Internas del Hotel

- Gestión de recursos humanos, capacitación del personal no relacionada con la identidad de marca y estrategias de marketing.
- Procesos internos de administración y logística del hotel.

3. Finanzas y Presupuestos Generales

- Gestión financiera general del hotel, incluyendo contabilidad, presupuestos operativos no relacionados con marketing.
- Financiación y gestión de inversiones en infraestructura física o nuevas instalaciones.

4. Desarrollo de Productos y Servicios No Relacionados con Marketing

- Creación de nuevos productos o servicios que no estén directamente relacionados con las estrategias de marketing propuestas.
- Gestión de proveedores para productos no relacionados con la identidad de marca y estrategias de marketing.

5. Actividades Legales y de Cumplimiento

- Asuntos legales, cumplimiento de normativas locales y gestión de permisos que no estén directamente relacionados con las actividades de marketing y branding.

Hitos del proyecto Proponer fechas de inicio y finalización para las fases del proyecto (p. ej., inicio, planificación, construcción, entrega) y otros hitos importantes

- Generalidades

Fecha de Inicio: 5 de abril

Fecha de Fin: 20 de abril

Estado: Completado

- Diagnóstico

Fecha de Inicio: 21 de abril

Fecha de Fin: 28 de abril

Estado: Completado

- Estudio de Mercado

Fecha de Inicio: 28 de abril

Fecha de Fin: 13 de mayo

Estado: Completado

- Estudio Técnico

Fecha de Inicio: 15 de mayo

Fecha de Fin: 9 de junio

Estado: Completado

- Estudio Financiero

Fecha de Inicio: 5 de junio

Fecha de Fin: 20 de junio

Estado: Completado

- Diseño del Prototipo

Fecha de Inicio: 2 de agosto

Fecha de Fin: 1 de septiembre

Estado: Completado

- Validación

Fecha de Inicio: 2 de septiembre

Fecha de Fin: 17 de septiembre

Estado: Completado

- Producción

Fecha de Inicio: 18 de septiembre

Fecha de Fin: 18 de octubre

Estado: Completado

- Entrega

Fecha de Inicio: 1 de diciembre

Fecha de Fin: 05 de diciembre

Estado: Completado

Principales riesgos conocidos (incluidos los supuestos significativos) Identifique los obstáculos que pueden hacer que el proyecto fracase.

RIESGOS	Calificación de riesgo (Alto, Medio, Bajo)
No tener el equipo necesario para realizar el proyecto.	Alto
No calcular adecuadamente la inversión del proyecto.	Alto
Retraso con el cronograma de actividades del proyecto.	Medio
Problemas con los equipos tecnológicos que retrasan el progreso del proyecto.	Medio

Restricciones Enumere cualquier condición que pueda limitar las opciones del equipo del proyecto con respecto a los recursos, el personal o el cronograma (p. ej., presupuesto predeterminado o fecha de finalización del proyecto, límite en la cantidad de personal que se puede asignar al proyecto).

- Limitación de Recursos Financieros: El presupuesto asignado para el desarrollo de la identidad de marca y las estrategias de marketing puede ser limitado, lo que podría afectar la amplitud y profundidad de las actividades planificadas.
- Plazos Fijos: El proyecto tiene un plazo de 6 meses para el desarrollo e implementación de todas las estrategias de marketing y la identidad de marca.
- Acceso a Herramientas: Necesidad de acceso a herramientas y software especializados para diseño gráfico, análisis de datos y gestión de campañas de marketing.
- Percepción del Público: La aceptación y percepción del público objetivo respecto a la identidad de marca y las actividades ecológicas propuestas.

Dependencias externas ¿Dependerá el éxito del proyecto de la coordinación de esfuerzos entre el equipo del proyecto y uno o más individuos o grupos? ¿Todos los involucrados han aceptado esta interacción?

El éxito del proyecto recae en gran medida en los líderes clave que integran el equipo, por lo tanto, es crucial fomentar una colaboración efectiva, una comunicación fluida y un compromiso sólido, dado que cada individuo desempeña un papel fundamental en el desarrollo del proyecto.

5. Estrategia de comunicación (especifique cómo el director del proyecto se comunicará con el patrocinador ejecutivo, los miembros del equipo del proyecto y las partes interesadas, por ejemplo, la frecuencia de los informes de estado, la frecuencia de las reuniones del equipo del proyecto, etc.

Para establecer una estrategia efectiva de comunicación en un proyecto como el desarrollo de la identidad de marca y las estrategias de marketing para el Hotel Ecológico Mirador Los Volcanes, es crucial definir cómo se comunicará el director del proyecto con diversas partes interesadas.

- Comunicación con los Miembros del Equipo del Proyecto

Los miembros del equipo del proyecto necesitan estar alineados y motivados para asegurar la ejecución exitosa de todas las actividades planificadas.

- Comunicación con las Partes Interesadas

Es fundamental mantener informadas a las partes interesadas clave, como clientes, colaboradores externos y comunidad local, sobre el desarrollo del proyecto y sus impactos.

6. Cierre de sesión

	Nombre	Firma	Fecha (DD/MM/Y YYY)
Patrocinador ejecutivo	***	***	***
Patrocinador del departamento	***	***	***
Gerente de proyecto	***	***	***
7. Observaciones			

Contenido

Contenido

I. Generalidades del Proyecto.....	16
1.1. Nombre y Descripción del Proyecto.....	16
1.1.1. Nombre: Branding y estrategias de marketing para la promoción del hotel Mirador Los Volcanes.....	16
1.1.2. Descripción del Proyecto.....	16
1.2. Objetivos de Proyecto.....	17
1.2.1. Objetivo general:.....	17
1.2.2. Objetivos específicos:.....	17
1.2.3. Objetivos Smart.....	18
1.3. Justificación.....	19
1.4. Articulación entre planes, programas y proyectos.....	20
1.5. El proyecto en el marco de las políticas estratégicas de desarrollo humano del país.....	21
1.6. Grupo Meta y Beneficiarios.....	22
1.6.1. Grupo Meta.....	22
1.6.2. Beneficiarios.....	22
1.7. Ciclo de Vida del Proyecto.....	23
1.8. Resultados Esperados.....	23
1.9. Matriz del enfoque del marco lógico.....	24
1.10. Matriz de la etapa del diseño.....	26
II. Estudio de mercado.....	29
2.1. Definición del producto o servicio.....	29
2.1.1. Objetivos del estudio de mercado.....	29
2.2. Demanda real.....	29
2.3. Oferta real.....	30
2.4. Análisis de costes y de precios.....	30
2.4.1. Costos.....	30
2.4.2. Precio.....	31
2.5. Proveedores de materia prima.....	31
III. Estudio Técnico.....	32
3.1. Tamaño del proyecto.....	32

3.2. Localización del proyecto	32
3.2.1. Macro localización.....	33
3.2.2. Micro localización.....	34
3.3. Procesos productivos	35
3.3.1. Procesos y usos de tecnologías	35
3.3.2. Capacidad de producción	37
3.4. Ingeniería de proyectos.....	38
3.4.1. Estructura física del proyecto.....	38
3.4.2. Maquinaria y equipos.....	40
3.4.3. Valoración de la inversión.....	41
3.5. Aspectos administrativos.....	42
3.5.1. Aspectos legales del proyecto.....	42
3.5.2 Marco institucional y legal del proyecto	42
3.5.3. Obligaciones fiscales y municipales	43
3.5.4. Planificación y organización de la organización y ejecución de las actividades.....	43
3.5.5. Matriz y ejecución y seguimiento.....	44
3.6. Aspectos sociales del proyecto	46
3.7. Aspectos Económicos del proyecto.....	47
3.8. Aspectos ambientales del proyecto	48
IV. Estudio financiero.....	48
4.1. Inversión del proyecto	49
4.2. Ingresos y egresos.....	50
4.3. Gastos de organización	50
4.4. Monto del capital.....	50
4.5. Fuentes de financiamiento	50
4.6. Gastos de organización	51
4.7. Matriz de la etapa de evaluación del proyecto.....	52
4.8. Análisis y administración de los riesgos del proyecto.....	53
V. Conclusión	54
VI. Recomendaciones	55
VII. Material complementario.....	56
VIII. Referencias Bibliográficas.....	58
IX. Anexos.....	59

I. Generalidades del Proyecto

1.1. Nombre y Descripción del Proyecto

1.1.1. Nombre: Branding y estrategias de marketing para la promoción del hotel Mirador Los Volcanes.

1.1.2. Descripción del Proyecto

El proyecto tiene como objetivo principal impulsar la visibilidad, popularidad y rentabilidad de hoteles comprometidos con la sostenibilidad ambiental.

Este proyecto se enfoca en el desarrollo e implementación de estrategias integrales de marketing y branding que promuevan la imagen del hotel como un referente en turismo ecológico y responsable, demostrando sus prácticas sostenibles y su compromiso con el cuidado del medio ambiente.

Se realizó un estudio detallado del mercado turístico, además de identificar tendencias y perfiles de viajeros interesados en hoteles ecológicos, determinando el público objetivo al que se dirigirán las estrategias de branding y marketing.

Se elaboraron materiales de comunicación visual como logotipos, eslogan, folletos, catálogos y contenido para redes sociales que transmitían de manera efectiva el mensaje del compromiso ambiental del hotel.

1.2. Objetivos de Proyecto

1.2.1. Objetivo general:

- Crear una identidad de marca que promueva el turismo sostenible mediante estrategia de marketing en el hotel ecológico Mirador los Volcanes.

1.2.2. Objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado de la población interesada en la aceptación de un hotel ecológico identificando sus principales motivaciones.
- Crear una identidad de marca que refleje los valores ambientales del hotel, representados por elementos gráficos que comuniquen la conexión con la naturaleza.
- Elaborar un plan de marketing para Ecolodge Mirador Los Volcanes donde se promueva la interacción de los turistas con el medio ambiente.

1.2.3. Objetivos Smart

- Realizar un estudio de mercado para conocer la población interesada en la aceptación de un hotel ecológico, mediante 100 encuestas a personas interesadas en el turismo sostenible, utilizando plataformas en línea para distribuir y recopilar datos.
- Diseñar la identidad visual de Ecolodge Mirador Los Volcanes en un plazo de 4 meses que refleje el compromiso ambiental del hotel, mediante elementos gráficos que comuniquen la conexión con la naturaleza.
- Elaborar un plan de marketing para Ecolodge Mirador Los Volcanes con estrategias de contenido para 1 mes donde se promueva el 10% de la interacción en redes sociales de los turistas con el medio ambiente.

1.3. Justificación

El presente trabajo describe el proceso de elaboración del Branding y estrategias de marketing para Ecolodge Mirador Los Volcanes, localizado en Moyogalpa, Isla de Ometepe, Rivas. El Proyecto BEM (Branding y Estrategias de Marketing) busca construir una marca que no solo comunique los valores ambientales del hotel, sino que también conecte emocionalmente con su público objetivo.

El branding desempeña un papel clave al proporcionar al hotel una personalidad única e identidad sólida que refleje su compromiso con la sostenibilidad ya que una identidad visual bien definida puede transmitir coherencia y profesionalismo en todos los puntos de contacto con los clientes. Esto aumenta el reconocimiento de marca y genera confianza a los huéspedes.

Por otro lado, las estrategias de marketing diseñadas específicamente para Ecolodge Mirador Los Volcanes no solo posicionarán al hotel como un líder en turismo ecológico en Nicaragua, sino que también atraerán a un público interesado en experiencias auténticas y respetuosas con el medio ambiente. Estas estrategias no solo incluyen la promoción de servicios y actividades, sino también la creación de contenido que eduque inspire y motive a los turistas a elegir el Ecolodge como su destino preferido.

En conclusión, este proyecto de branding y estrategias de marketing no solo fortalecerá la identidad de Ecolodge Mirador Los Volcanes, sino que también le permitirá destacarse como un modelo de turismo responsable y sostenible con una identidad visual bien definida y estrategias que se adaptan a su público objetivo.

1.4. Articulación entre planes, programas y proyectos

El Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano 2022-2026 (PNCL-DH) contribuye el instrumento de la gestión pública, contiene políticas, estrategias y acciones transformadoras que ratifican el crecimiento socioeconómico del país y la defensa de los derechos de las familias nicaragüenses, con la reducción de la pobreza y las desigualdades.

Idea	Plan Nacional de Desarrollo Humano	Objetivo de Desarrollo Sostenible	Línea de Investigación
Diseño de la identidad visual para el Hotel Mirador Los Volcanes como una marca sostenible	El plan nacional de lucha contra la pobreza y para el desarrollo humano. Fomentar el cuidado, resguardo, conservación y uso sostenible de la biodiversidad dentro y fuera de las áreas protegidas. “Potenciar una marca ecológica que fomente el desarrollo y la comercialización sostenible a turistas nacionales y extranjeros”	Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenible.	La comunicación visual y su aplicación en el sector empresarial e institucional.

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

El proyecto se alinea estrechamente con las políticas estratégicas de desarrollo humano del país en el contexto del Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, especialmente en fomentar el cuidado, resguardo, conservación y uso sostenible de la biodiversidad dentro y fuera de las áreas protegidas, y en el objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenible. La comunicación visual y su aplicación en el sector empresarial e institucional.

El proyecto está enfocado en la creación del branding y estrategias de marketing para el hotel ecológico Mirador Los Volcanes que impulsará al desarrollo humano del país al proporcionar una marca ecológica que fomenta el desarrollo y la comercialización a turistas nacionales y extranjeros, llegando a promover prácticas que minimicen el impacto ambiental y preserven de la biodiversidad de la comunidad.

1.6. Grupo Meta y Beneficiarios

Al crear el branding al hotel ecológico Mirador Los Volcanes con un diseño atractivo que resalte sus valores y prácticas sostenibles, se atraerá a turistas comprometidos con el bienestar ambiental. Esto mejorará su experiencia durante la estadía en el hotel, lo que a su vez incrementará el número de visitantes a la comunidad, llegando a generar empleos directos e indirectos, como guías turísticos y la conservación del entorno natural.

El sector hotelero se beneficiará al ser un hotel ecológico que representa los valores ambientales mediante estrategias de marketing llegando a posicionar el destino turístico del local como un líder en el turismo ecológico compitiendo con otros hoteles y contribuyendo con la sostenibilidad.

1.6.1. Grupo Meta

- Turistas nacionales e internacionales interesados en el turismo sostenible.
- Agencias de viajes que estén comprometidos con la sostenibilidad.
- Familias que buscan una experiencia única de vacaciones ecológicas.
- Viajeros que buscan destinos únicos.
- Empresas que organizan retiros corporativos enfocados en la sostenibilidad y el bienestar.

1.6.2. Beneficiarios

- Medio ambiente.
- Huéspedes del hotel.
- Sector hotelero.
- Comunidad local.

1.7. Ciclo de Vida del Proyecto



1.8. Resultados Esperados

Este proyecto surge como una solución a la falta de identidad gráfica en algunos hoteles del sector turístico del país.

Los resultados esperados tras el desarrollo de este proyecto incluyen:

- 1- Lograr un posicionamiento sólido de la marca, diferenciándose del resto, siendo reconocible, auténtica y aportando un valor añadido.
- 2- Incrementar significativamente las ventas y atraer más clientes al negocio.
- 3- Mejorar la comunicación a través de redes sociales para captar nuevos clientes potenciales de manera eficiente y efectiva.

1.9. Matriz del enfoque del marco lógico

Estructura de la matriz del marco lógico			
Objetivo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuesto
<p>Fin:</p> <p>Crear una identidad de marca que promueva el turismo sostenible mediante estrategia de marketing en el hotel ecológico mirador los volcanes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Población objetiva ● Promoción ● Servicios 	<ul style="list-style-type: none"> ● Recopilación de Información ● Observación ● Encuesta aplicada al público objetivo (clientes potenciales / turistas) 	
<p>Propósito:</p> <p>Realizar un estudio de mercado de la población interesada en la aceptación de un hotel ecológico identificando sus principales motivaciones.</p> <p>Crear una identidad de marca que refleje los valores ambientales del hotel, representados por elementos gráficos que comuniquen la conexión con la naturaleza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseño y caracterización de la marca gráfica. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseño de Manual de logo ● Diseño de Manual de marca 	<p>Uso correcto de la identidad de marca por parte de los dueños del hotel y de sus colaboradores</p>
<p>Resultados</p> <p>Proponer estrategias de marketing al Hotel</p>		<ul style="list-style-type: none"> ● Encuesta ● Revisión del docente 	

<p>Mirador los volcanes dónde se promueva la interacción de los turistas con el medio ambiente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño que refleje la parte amigable con el medio ambiente. 		
<p>Actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el perfil objetivo de los turistas interesados en el turismo sostenible 2. Elaborar la identidad de marca que refleje los valores ambientales del hotel 3. Diseñar un logotipo y eslogan que resalten los aspectos ecológicos y únicos del hotel. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento en la visibilidad y reconocimiento de la marca. 2. Creación de la identidad de marca del hotel reflejando los valores ambientales. 3. Crear un manual de identidad visual que refleje los valores del turismo sostenible. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Encuestas o cuestionarios realizados a clientes. 2. logo, manual de identidad visual, post publicitarios 3. Resultados de encuesta en los huéspedes sobre su percepción de la identidad de marca y cómo se refleja en su experiencia en el hotel. 	<p>Desaprobación del cliente.</p>

1.10. Matriz de la etapa del diseño

Etapa de diseño	Actividad	Objetivos	Herramientas	Validación
Diseño del branding y estrategias de marketing (BEM)	Estudio de mercado.	Recopilación de información mediante encuestas y entrevistas.	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Google ● Formulario. 	Asesoría del docente.
	<ul style="list-style-type: none"> ● Conceptualización de la marca: ● Bocetos. ● Diagramación de las piezas. ● Selección de las paletas de color y tipografía. 	Propuesta del diseño de las artes publicitarias.	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Hojas y lápices. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Dueño del hotel. ● Asesoría de especialista de diseño.
	Creación de las piezas gráficas.	Elaboración de las piezas gráficas y publicitarias	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Software de diseño. ● Internet. 	Asesoría de especialista de diseño.
	Planificación de las estrategias de marketing.	<ul style="list-style-type: none"> ● Propuestas de estrategias. ● Selección de las estrategias viables y no viables. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Software de ● Office (Word) 	Asesoría de especialista de diseño.

	Maquetación de la guía de las estrategias de marketing.	Elaboración de la estructura y diseño de la guía.	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Software de diseño (Adobe InDesign). ● Internet. 	Asesoría de especialista de diseño.
	Redacción de guiones para el vídeo promocional.	Elaboración del: <ul style="list-style-type: none"> -Guion literario. -Guion técnico. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora ● Software de Office (Word). ● Internet 	Asesoría de especialista de diseño.
	Grabación del material audiovisual.	Elaboración del material audiovisual para el vídeo promocional	<ul style="list-style-type: none"> ● Cámara. ● Trípode. ● Micrófono. 	Asesoría de especialista de diseño.
	Selección del material audiovisual.	Recopilar las mejores escenas.	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. 	
	Edición del vídeo promocional.	Proceso de edición para el vídeo promocional	<ul style="list-style-type: none"> ● Computadora. ● Software de edición (Adobe Premier). ● Internet. 	Asesoría de especialista de diseño.
Validación del diseño	Validación del diseño de Branding	Finalización del branding para el hotel ecológico Mirador los Volcanes, presentar a un especialista		Asesoría de especialista de diseño.

		para una retroalimentación.		
	Validación de las Estrategias de Marketing	Finalización de la guía de las estrategias de marketing para el hotel ecológico Mirador los Volcanes, presentar a un especialista para una retroalimentación.		Asesoría de especialista en diseño.

II. Estudio de mercado

2.1. Definición del producto o servicio

El Hotel Ecológico Mirador Los Volcanes, ambicioso de ser un establecimiento de hospedaje comprometido con el turismo sostenible. Ofrecerá a sus huéspedes una experiencia única, combinando la comodidad de sus instalaciones con prácticas ecológicas y un profundo respeto por el medio ambiente. El hotel estará situado en una ubicación privilegiada, con vistas espectaculares de los volcanes Concepción y Maderas, lo que lo convierte en un destino atractivo para los amantes de la naturaleza.

2.1.1. Objetivos del estudio de mercado

1. Analizar las preferencias del público objetivo para garantizar que la identidad de la marca se alinee con las necesidades de los clientes.
2. Diseñar una identidad visual coherente y atractiva con elementos gráficos que representen los valores de la marca.
3. Seleccionar los canales de distribución más efectivos para anunciar la marca.

2.2. Demanda real

La demanda para la creación del branding y estrategias de marketing para el hotel ecológico Mirador Los Volcanes incluye una investigación del mercado enfocados en los turistas nacionales y turistas extranjeros de Nicaragua. Es fundamental definir la identidad de marca del hotel, estableciendo misión, visión y valores que resalten el compromiso del hotel con la conservación ambiental.

Se diseñó una marca que refleje los valores y principios de la sostenibilidad, además, es esencial crear una identidad visual coherente que fortalezca la percepción del hotel como un destino líder en el turismo sostenible mediante estrategias de marketing efectivas para atraer a los turistas nacionales y turistas extranjeros.

2.3. Oferta real

Creación del branding y estrategias de marketing para el hotel ecológico Mirador Los Volcanes.

Este proyecto tiene como objetivo desarrollar un diseño de branding que posicione al hotel como líder en el turismo ecológico, resaltando sus prácticas sostenibles y su compromiso con el cuidado del medio ambiente.

Las artes publicitarias que se realizarán son las siguientes:

- Logo.
- Manual de uso de logo.
- Manual de la identidad corporativa.
- Guía de las estrategias de marketing.
- Folletos.
- Tarjeta de presentación.
- Trípticos
- Contenido para redes sociales.

2.4. Análisis de costes y de precios

2.4.1. Costos

Los costos que se llevarán a cabo en la realización del proyecto de diseño de branding y estrategias de marketing para el hotel ecológico mirador los volcanes serán los siguientes:

2.4.1.1. Costos fijos:

- Computadoras.
- Mouse.
- Teclado
- UPC
- Sillas
- Escritorio

2.4.1.2. Costos diferidos:

- Softwares de diseño para el desarrollo del producto como lo es Adobe InDesign, Adobe Ilustrador y premiere pro.
- Energía eléctrica.
- Internet

2.4.1.3. Mano de obra:

- Costos de mano de obra: incluyen el pago de diseñadores.
- Materia prima.

2.4.2. Precio

Este proyecto es completamente gratuito, por lo que las piezas publicitarias que se realicen también lo serán, con el objetivo de fomentar la sostenibilidad en las líneas hoteleras del país, mediante el uso del branding y estrategias de marketing esto no solo atraerá a nuevos clientes, sino también se les enseñara a los huéspedes sobre la importancia de las prácticas sostenibles.

2.5. Proveedores de materia prima

MATERIALES	UTILIDAD	PROVEEDORES
Internet	Búsqueda de información y moodboard de la marca.	Casa Claro
Softwares de diseño y ofimática	Creación de artes visuales (logo, manual de identidad visual, tarjeta de presentación, banners publicitarios, menú, folletos, post publicitarios para redes sociales y video promocional).	Línea de Adobe y Microsoft (office)
Papelería	Impresión de las artes visuales que se realizaron.	Imprenta
Equipos tecnológicos	<ul style="list-style-type: none">● Computadora	CÓNICO

	<ul style="list-style-type: none"> ● Celulares ● Trípode 	SEVASA SICSA Nicaragua Radio Shack
Energía eléctrica	Los servicios de energía eléctrica nos garantizan el acceso y el funcionamiento de los dispositivos tecnológicos y las plataformas que se utilizaran en el transcurso del proyecto.	DISNORTE-DISSUR

III. Estudio Técnico

3.1. Tamaño del proyecto

El tamaño de este proyecto debe responder a las demandas de nuestros clientes potenciales, turistas nacionales, extranjeros, familias, agencias de viajes y empresas que realizan visitas o retiros corporativos que desean disfrutar de una nueva opción de turismo ecológico; para definir qué recursos son necesarios para garantizar su funcionamiento adecuado, el tamaño del proyecto estará vinculado de manera cercana a la oferta y demanda de los productos visuales que necesita el hotel ecológico Mirador Los Volcanes, se dará paso a definir los recursos necesarios para producirlo y así lograr alcanzar los objetivos.

3.2. Localización del proyecto

La localización del proyecto de diseño y estrategias de marketing es esencial para el desarrollo de este debido que está vinculado con la distribución, comercialización y venta de servicios, mientras algunas empresas se sitúan cerca de sus proveedores de materia

prima, otras empresas eligen estar cerca de su mercado objetivo para atender de manera eficiente y satisfacer las necesidades de sus clientes.

3.2.1. Macro localización

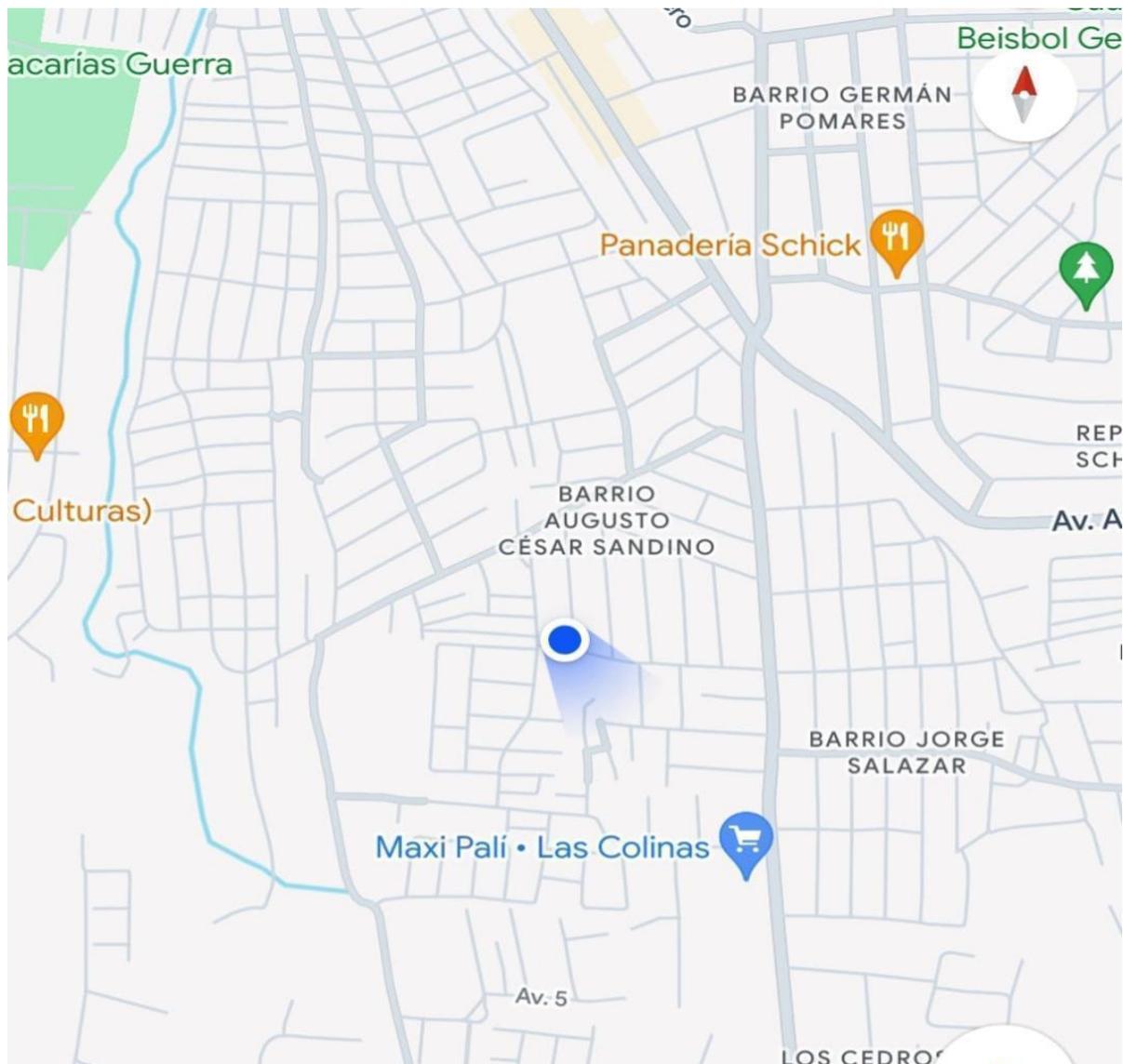
La macro localización consiste en especificar la zona, región y departamento donde se ubicará la empresa o proyecto que se va a llevar a cabo.

El proyecto se centra en el diseño de branding y estrategias de marketing para el hotel ecológico Mirador Los Volcanes el cual se encuentra ubicado en el departamento de Rivas. Aunque el hotel de trabajo no se encuentra ubicado en Managua, el proyecto BEM ha decidido establecer sus operaciones en la ciudad de Managua, la capital de Nicaragua, ubicada en la región pacífica del País, esta elección se debe al amplio acceso de empresas que podrían convertirse en clientes potenciales para futuros proyectos.



3.2.2. Micro localización

La micro localización del proyecto debe de especificar el dónde la empresa o proyecto realizará sus funciones para realizar las etapas correspondientes, la micro localización elegida es: Barrio Augusto César Sandino, De los semáforos de los 1000 metros, 6 cuadras al Sur, 5 cuadras al oeste, Calle 10 Casa L-1.



3.3. Procesos productivos

3.3.1. Procesos y usos de tecnologías

a). Proceso

Los procesos de producción son los pasos a seguir para la elaboración de los recursos gráficos que se estarán realizando en el transcurso del proyecto, describiendo cada una de las etapas de producción y el tiempo que se procura empezar y finalizar cada una ellas. A continuación, se muestra el proceso de producción de las piezas gráficas para el hotel

b). Estudio de mercado:

Se realizó una encuesta digital para recopilar información relevante sobre las prácticas sostenibles de un hotel ecológico y su impacto positivo.

c). Entrevista a los dueños del Hotel Ecológico Mirador los Volcanes:

Se realizó una entrevista a los dueños del hotel ecológico Mirador Los Volcanes para recopilar información clave que nos ayudó en la etapa de diseño de branding.

d). Formación de equipos de trabajo:

Se formaron equipos de trabajo para cubrir las diferentes etapas del proyecto, dónde hubo un equipo encargado de monitorear el desarrollo del proyecto y otro equipo responsable de las siguientes etapas: estudio de mercado, evaluación de estrategias de marketing, corrección y diseño de branding.

e). Conceptualización y creación del diseño de branding:

En esta etapa se definió la identidad visual del hotel, donde se realizaron bocetos, elección de paletas de color, tipografía, selección de elementos gráficos, diagramación de la guía de las estrategias de marketing y propuesta del diseño de las artes publicitarias, una vez terminada la etapa anterior seguimos con la etapa de creación de las piezas gráficas del hotel.

f). Planificación de estrategias de marketing para el hotel:

En esta etapa de planificación de las estrategias de marketing para el hotel Mirador Los Volcanes, se darán propuestas y se evaluará cada una de ellas para determinar su viabilidad tomando en cuenta factores como el presupuesto, los recursos disponibles y el mercado objetivo.

g). Revisión de las piezas publicitarias:

En esta etapa, se llevará a cabo una revisión con una especialista en diseño para evaluar todas las piezas gráficas creadas, asegurando que cada elemento cumpla con la calidad y coherencia visual de la marca del hotel.

h). Usos de tecnologías:

- **Software de diseño y edición:**

Para la creación del branding y la guía de las estrategias de marketing para el hotel Mirador Los Volcanes, se utilizará software especializados de diseño y edición, la suite de Adobe, lo que nos permitirá realizar el diseño, maquetación y edición de las piezas publicitarias.

- **Plataformas de distribución y anuncios publicitarios:**

Una vez terminado el branding del hotel ecológico Mirador Los Volcanes, se necesitará plataformas de difusión que nos permita acceder al público objetivo, las plataformas que estaremos utilizando para distribuir las piezas publicitarias será la red social Facebook y Instagram para amplificar la presencia del hotel con el propósito de captar la atención de viajeros que buscan experiencias únicas y memorables.

3.3.2. Capacidad de producción

En la tabla anterior se presenta la cantidad de horas necesarias para la creación del branding y las estrategias de marketing del hotel ecológico Mirador Los Volcanes, considerando las etapas de planificación, desarrollo y producción final de las artes publicitarias. El total de horas trabajadas para la realización del proyecto es el promedio calculado por la suma de las horas durante cuatro meses, excluyendo los sábados y domingos. Estas son las horas establecidas para la ejecución del branding y las estrategias de marketing, sumando un total de 160 horas por mes y 640 horas en total. Durante este periodo se llevarán a cabo todas las operaciones necesarias para la elaboración del proyecto.

Días de trabajo	Horas por día	Semanas	Horas por semanas	Horas por mes
Lunes	8 horas	Semana 1	40 horas	160 horas
Martes	8 horas	Semana 2	40 horas	
Miércoles	8 horas	Semana 3	40 horas	
Jueves	8 horas	Semana 4	40 horas	
Viernes	8 horas	Semana 5	40 horas	
	8 horas	Semana 6	40 horas	
	8 horas	Semana 8	40 horas	
	8 horas	Semana 9	40 horas	
	8 horas	Semana 10	40 horas	
	8 horas	Semana 11	40 horas	
	8 horas	Semana 12	40 horas	
	8 horas	Semana 13	40 horas	
	8 horas	Semana 14	40 horas	
Total, de horas en 4 meses				640 horas

3.4. Ingeniería de proyectos

3.4.1. Estructura física del proyecto

Para realizar un branding efectivo, es importante primero definir la identidad de la marca, sus valores y su público objetivo. Luego, se debe desarrollar un logo y una imagen visual coherentes con estos elementos. Es crucial comunicar de manera consistente la marca a través de todos los canales de comunicación y asegurarse de mantener la relevancia y coherencia a lo largo del tiempo. A continuación, se detallan los pasos necesarios:

a) Investigación y Análisis Inicial

Análisis del Mercado

- Investigación de competencia: Estudia a los competidores directos e indirectos para identificar sus fortalezas y debilidades.
- Tendencias del sector: analiza las tendencias actuales del mercado y las preferencias del consumidor.

b) Definición de la Identidad de Marca

Misión, Visión y Valores:

- **Misión:** declaración que define el propósito y razón de ser de la marca.
- **Visión:** declaración que describe el futuro operacional de la marca.
- **Valores:** Principios y creencias fundamentales que guían la conducta de la marca.

c) Creación de Elementos Visuales y Verbales

Identidad Visual:

- Imagotipo: diseño de un logo memorable y representativo de la marca
- Paleta de Colores: selección de colores que reflejen la personalidad y valores de la marca.
- Tipografía: elección de fuentes que sean coherentes con la imagen de la marca.

d) Identidad Verbal:

- Tono y Voz: definir el estilo de comunicación de la marca (formal, informal, amigable, profesional).
- Slogan: crear un eslogan pegajoso que resuma la esencia de la marca.

e) Desarrollo de la Estrategia de Marca

Estrategia de Comunicación:

- Canales de comunicación: identificar los canales más efectivos para llegar a tu público objetivo (redes sociales, email, publicidad tradicional).
- Calendario de contenidos: planificar un calendario de publicaciones y actividades de marketing.

Estrategia de Marketing:

- Marketing digital: implementar estrategias de SEO, SEM, redes sociales y marketing de contenidos.
- Marketing tradicional: utilizar publicidad impresa, eventos, relaciones públicas y otras tácticas fuera de línea.

Mantenimiento y Evolución de la Marca

Consistencia:

- Guía de estilo de marca: crear y mantener una guía de estilo que detalle el uso correcto de todos los elementos de la marca.
- Capacitación del personal: asegurar que todo el personal entienda y aplique correctamente la identidad de la marca.

Innovación:

- Actualización constante: revisar y actualizar periódicamente la identidad y estrategias de marca para mantener su relevancia.

3.4.2. Maquinaria y equipos

ACTIVO FIJO				
Rubro	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Inversión inicial
Computadora laptop	Unidad	1	C\$ 43,944	C\$ 43,944.00
Computadora de escritorio	Unidad	1	C\$ 42,113	C\$ 42,113.00
Mouse	Unidad	2	C\$ 1,600	C\$ 3,200.00
Teclado	Unidad	1	C\$1,135	C\$1,135.00
Cámara	Unidad	1	C\$ 23,803	C\$ 23,803.00
UPC	Unidad	1	C\$ 680	C\$ 680.00
Mesa	Unidad	2	C\$ 6,042	C\$ 12,084.00
Sillas	Unidad	3	C\$ 5,090	C\$ 15,270.00
Total				C\$142.279.00

COSTOS DIFERIDO				
Rubro	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Inversión inicial
Licencia de Adobe Ilustrador	Unidad	2	C\$ 1,263	C\$ 2,526.00
Licencia de Adobe InDesign	Unidad	2	C\$ 1,263	C\$ 2,526.00
Licencia de Adobe Premiere pro	Unidad	2	C\$ 1,263	C\$ 2,526.00
Licencia de office	Unidad	2	C\$330	C\$660.00
Electricidad	Unidad	1	C\$ 800	C\$800.00
Internet	Unidad	1	C\$1,062	C\$ 1,062.00
Total				C\$10,100.00

MANO DE OBRA				
Rubro	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Inversión inicial
Materia prima	Unidad	1	C\$ 2,000	C\$2,000.00
M/Obra Indirecta	Unidad	3	C\$ 20,000	C\$60,000.00
CIF	Unidad	1	C\$2,000	C\$2,000.00
Total				C\$64,000.00

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL				
Rubro	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Inversión inicial
Activo fijo	Unidad	1	C\$148,271	C\$148,271.00
Activo diferido	Unidad	1	C\$10,100	C\$10,100.00
Costos de trabajo	Unidad	1	C\$64,000	C\$64,000.00
Total				C\$222,371.00

3.4.3. Valoración de la inversión

La inversión del proyecto de diseño de branding y estrategias de marketing para el hotel ecológico Mirador Los Volcanes es una inversión valiosa y de alto costo que puede tener un impacto de posicionamiento de marca, que permitirá al país de Nicaragua un pequeño índice de crecimiento de turismo, además que la marca pretende promover valores eco amigables que también benefician a la comunidad dónde está ubicado dicho hotel.

La posible inversión para este proyecto ascendería a los C\$222,371.00 córdobas nicaragüenses, con esto se cubrirán los gastos de equipos tecnológicos, softwares, servicios básicos y mano de obra. Cuya inversión será de provecho y traerá resultados positivos para el país beneficiando el sector turismo, sector hotelero, la comunidad donde está ubicado y principalmente al hotel.

3.5. Aspectos administrativos

3.5.1. Aspectos legales del proyecto

El proyecto debe cumplir con aspectos legales definidos por las leyes constituyentes del país. Dentro de los aspectos legales del proyecto cada uno de los materiales gráficos y audiovisuales serán de autoría propia de manera legal debe ser registrado bajo las siguientes bases legales:

LEY NO. 312 ARTÍCULO 18. El derecho de autor comprende derechos morales y patrimoniales.

3.5.2 Marco institucional y legal del proyecto

Gráfico y Multimedia del departamento de Tecnología Educativa de la Facultad de Educación e Idiomas de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Recinto Universitario Rubén Darío UNAN-Managua.

El proyecto institucional de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-Managua) es la obra que constituye el planteamiento, desarrollo y evaluación de las acciones de Docencia, Investigación y Gestión institucional; de las interacciones de la Universidad con su entorno, por medio de las funciones de Extensión Social e Internacionalización y Proyección, acciones que conducen a la excelencia en todos sus procesos académicos y de gestión.

El ARTÍCULO 125 de la constitución política de Nicaragua, establece que las universidades y centros de educación superior gozan de autonomía académica, financiera orgánica y administrativa, de acuerdo con la ley.

La Ley de Autonomía de las instituciones de educación superior (LEY NO. 89) publicada en la Gaceta NO.77 del 20 de abril de 1990; en su ARTÍCULO 4 consigna a la UNAN-Managua como una de las universidades estatales de Nicaragua para que goce y cumpla los beneficios de la Ley.

En el Título 2 Capítulo 1 establece los aspectos organizativos y de gobierno bajo las que deben de funcionar las universidades, así como las funciones y mecanismos para la elección de autoridades. Dentro de la ley se les asigna el 6% para su funcionamiento y se les otorga la autonomía total a las universidades públicas del país.

3.5.3. Obligaciones fiscales y municipales

El siguiente proyecto no tiene obligaciones fiscales ni municipales ya que es un proyecto dirigido al sector turístico del país.

3.5.4. Planificación y organización de la organización y ejecución de las actividades

Actividades	Tipo de Actividad	Fecha de Inicio	Fecha de Fin
Documento del proyecto			
Generalidades del proyecto			
Estudio de mercado			
Estudio técnico			
Estudio financiero			
Conceptualización del diseño	Planificación	01/07/2024	07/07/2024
Bocetaje y diagramación de piezas gráficas de la marca	Planificación	08/07/2024	20/07/2024
Elaboración de línea y piezas gráficas	Diseño	20/07/2024	20/08/2024
Planificación de las estrategias de marketing	Planificación	21/08/2024	01/09/2024

Diagramación y Maquetación de la guía de las estrategias de marketing	Planificación	02/09/2024	15/09/2024
Elaboración de la guía de las estrategias de marketing.	Diseño	16/09/2024	15/10/2024
Redacción de guiones para el vídeo promocional	Planificación	16/10/2024	21/10/2024
Grabación del material audiovisual	Planificación	21/10/2024	25/10/2024
Selección del material audiovisual	Planificación	26/10/2024	31/10/2024
Edición del vídeo promocional	Diseño	01/11/2024	20/11/2024

3.5.5. Matriz y ejecución y seguimiento

Criterios de evaluación	Indicadores de desempeño	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de cumplimiento	Herramientas de seguimiento	Medios de verificación
Conceptualización del diseño	Originalidad y coherencia con la identidad del hotel	Stacy	01/07/2024	07/07/2024	Revisión del tutor de diseño Y dueño del hotel.	Revisión adicional.
Bocetaje y diagramación de piezas	Calidad visual de	Jonathan	08/07/2024	20/07/2024	Valoración del tutor Y	Modificaciones

gráficas de la marca.	los bocetos				del dueño del hotel	
Elaboración de líneas y piezas gráficas.	Creatividad y calidad visual de las piezas gráficas	Daniela	20/07/2024	20/08/2024	Informe de los avances	Ajustes en la línea gráfica.
Planificación de las estrategias de marketing	Propuestas adaptadas a las necesidades del hotel.	Stacy	21/08/2024	01/09/2024	Reuniones con el tutor de diseño y dueño del hotel para valorar las estrategias de marketing.	Revisión y ajuste en las estrategias.
Diagramación y Maquetación de la guía de las estrategias de marketing.	Redacción y organización de los contenidos	Daniela	02/09/2024	15/09/2024	Entrega de borradores al tutor de diseño.	Revisión
Elaboración de la guía de las estrategias de marketing.	Coherencia visual con la identidad del hotel.	Daniela	16/09/2024	15/10/2024	Revisión del tutor de diseño.	Correcciones
Redacción de guiones para el vídeo promocional	Claridad y coherencia de los guiones	Stacy	16/10/2024	21/10/2024	Revisión de los guiones por parte del tutor de diseño.	Correcciones
Grabación del material audiovisual	Calidad técnica y creativa	Jonathan	21/10/2024	25/10/2024	Asesoramiento del tutor	Grabar de nuevo si es necesario

	de la grabación					
Selección del material audiovisual	Calidad visual de las tomas.	Stacy	26/10/2024	31/10/2024	Mostrar el material elegido al tutor para su valoración.	Revisión y selección del material visual grabado.
Edición del vídeo promocional	Buena edición y coherencia narrativa.	Jonathan	01/11/2024	20/11/2024	Revisión de las grabaciones por el tutor de diseño y dueño del hotel	Ajustes y edición

3.6. Aspectos sociales del proyecto

El proyecto proporcionará la creación de una identidad visual sólida y un posicionamiento en el mercado, ya que mediante esto se logra que el sector turístico y hotelero del país pueda tener una identidad visual cohesiva. Esto les ayudará a transmitir y comunicar de mejor manera sus objetivos y diferenciarse de sus competidores, fortaleciendo así su presencia en la industria.

Este proyecto servirá como una guía y a la vez como una motivación para que los hoteles se animen a tener una identidad que los distinga del resto reflejando seriedad y compromiso con los clientes. Esto añadirá un valor distintivo y significativo a su desempeño diario y a la experiencia que ofrecen durante su estadía.

Mediante la elaboración del branding y las estrategias de marketing se podrá observar el incremento del valor del local, y estas atraerán clientes fieles por la esencia única que transmitirán.

3.7. Aspectos Económicos del proyecto

Mediante la creación del branding y las estrategias de marketing, será de gran beneficio para impulsar la visibilidad y la rentabilidad de los hoteles comprometidos con la sostenibilidad ambiental. Este proyecto les brindará las herramientas necesarias para que puedan establecer y fortalecer su identidad de marca, así como mejorar el aspecto visual de sus negocios. Esto les permitirá transmitir claramente qué están vendiendo y cómo desean presentarse ante sus clientes y el mercado en general.

Estas estrategias atraerán clientes fieles y potenciales mediante su marca y publicaciones, tomando en cuenta que esto les ayudará a incrementar sus ventas. Con cada una de las publicaciones y materiales gráficos que cada una de las realice y suba a sus diferentes plataformas digitales, les brindará más posibilidades de tener una mejor interacción con sus clientes, aumentando así sus ventas de manera significativa.

INVERSIÓN FIJOS				
Rubro	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Inversión inicial
Computadora Laptop	Unidad	1	C\$ 43,944	C\$ 43,944.00
Computadora de escritorio	Unidad	1	C\$ 42,113	C\$ 42,113.00
Mouse	Unidad	2	C\$ 1,600	C\$ 3,200.00
Teclado	Unidad	1	C\$1,135	C\$1,135.00
Cámara	Unidad	1	C\$ 23,803	C\$ 23,803.00
UPC	Unidad	1	C\$ 680	C\$ 680.00
Mesa	Unidad	2	C\$ 6,042	C\$ 18,126.00
Sillas	Unidad	3	C\$ 5,090	C\$ 15,270.00
Total				C\$148,271.00

3.8. Aspectos ambientales del proyecto

Actualmente se debe tener una responsabilidad necesaria con el medio ambiente y los diferentes ecosistemas según dicho esta base se puede sostener y concluir que este proyecto no contamina directamente al medio ambiente , ya que este no produce fuentes de sustancias tóxicas o elementos nocivos que afecten o perjudiquen a la salud humana y medio ambiental de nuestro país , sin embargo se debe de tomar un énfasis sobre el consumo excesivo de energía por sobrecargar los equipos electrónicos , así también la reducción del uso del papel , se debe apagar los equipos electrónicos y las luces cuando no se está utilizando , se trabajará de manera visual por lo que no será tan necesario el uso del papel .

IV. Estudio financiero

Para iniciar el proyecto, es necesario realizar una proyección de inversión y un análisis financiero que aseguren el éxito de este.

La inversión que se realizará incluye recursos financieros, mano de obra, insumos y costos indirectos relacionados con el proceso de elaboración del proyecto. Al tratarse de un proyecto de graduación, no se considerarán los gastos de compra o alquiler de un local. Sin embargo, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- **Costos fijos**

Capital del trabajo				
Rubro	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Inversión inicial
Materia prima	Unidad	1	C\$ 2,000	C\$2,000.00
M/Obra Indirecta	Unidad	3	C\$ 20,000	C\$60,000.00
CIF	Unidad	1	C\$2,000	C\$2,000.00
Total				C\$64,000.00

Costos diferidos

INVERSIÓN DIFERIDO				
Rubro	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Inversión inicial
Licencia de Adobe Ilustrador	Unidad	2	C\$ 1,263	C\$ 2,526.00
Licencia de Adobe InDesign	Unidad	2	C\$ 1,263	C\$ 2,526.00
Licencia de Adobe Premiere pro	Unidad	2	C\$ 1,263	C\$ 2,526.00
Licencia de office	Unidad	2	C\$330	C\$660.00
Electricidad	Unidad	1	C\$ 800	C\$800.00
Internet	Unidad	1	C\$1,062	C\$ 1,062.00
Total				C\$10,100.00

4.1. Inversión del proyecto

Se han desglosado previamente todos los puntos relacionados con la inversión del proyecto. Basándonos en los datos presentados, a continuación, se muestra una tabla que detalla la inversión total del proyecto, compuesta por el activo fijo, activo diferido y el capital de trabajo.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
Rubro	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Inversión inicial
Inversión fija	Unidad	1	C\$148,271	C\$148,271.00
Inversión diferida	Unidad	1	C\$10,100	C\$10,100.00
Capital de trabajo	Unidad	1	C\$64,000	C\$64,000.00
Total				C\$222,371.00

4.2. Ingresos y egresos

En las siguientes tablas se muestran los egresos que representan los gastos estimados para adquirir los equipos tecnológicos necesarios para la realización del proyecto como: computadoras, mouse, teclado, cámara, software, servicios básicos (electricidad e internet) y muebles de oficina, por últimos se considera el costo de la mano de obra de los tres diseñadores gráficos quienes están financiando en su totalidad el presente proyecto.

4.3. Gastos de organización

Descripción	Total
Activo fijo	C\$142,279.00
Activo diferido	C\$10,100.00
Capital de trabajo	C\$64,000.00
Total	C\$216.379.00

4.4. Monto del capital

CAPITAL	
Capital propio	C\$60,000.00
Capital aportado	C\$162,371.00
Total, de capital	C\$222,371.00

4.5. Fuentes de financiamiento

La fuente de financiamiento principal será a través de fondos propios de los participantes, destinados a cubrir todos los gastos asociados con la realización del proyecto de creación de branding y estrategias de marketing para fortalecer la identidad visual y publicitaria del sector turístico del país, específicamente en el restaurante Mirador Los Volcanes. Además, otra fuente de financiamiento será aportada por el dueño del local, quien apoyará con la

impresión de los materiales necesarios y la organización de giras de campo para llevar a cabo el proyecto y que sea ejecutado de manera integral y efectiva, maximizando así su impacto y alcance.

Estos financiamientos no solo podrán proporcionar recursos adicionales para cubrir costos específicos del proyecto, como la producción de contenido audiovisual o la implementación de campañas publicitarias, sino que también fortalecerán la red de apoyo y visibilidad del restaurante Mirador Los Volcanes dentro del mercado turístico nacional e internacional.

4.6. Gastos de organización

Dentro de los gastos de organización, se destinarán recursos significativos a la creación y diseño de materiales de branding esenciales como logotipos, folletos, cartelería y material promocional específico para el restaurante Mirador Los Volcanes. Estos elementos son cruciales para establecer y fortalecer la identidad visual del restaurante, asegurando coherencia y profesionalismo en todas las comunicaciones hacia clientes potenciales y visitantes.

Se asignan fondos para la realización de sesiones fotográficas y producciones audiovisuales que capturan de manera vívida la esencia única del restaurante y las bellezas naturales de su entorno turístico. Estas imágenes y videos no solo servirán para enriquecer el contenido digital del restaurante, sino que también jugarán un papel fundamental en las campañas de marketing y promoción del lugar destacando las experiencias únicas que ofrece el Mirador Los Volcanes.

También se contemplarán los costos asociados con la impresión y distribución estratégica de estos materiales de branding. Además, se incluirán gastos relacionados con la gira de campo destinada a explorar y entender las preferencias de los clientes y generar contenido relevante para las estrategias de marketing y publicidad.

4.7. Matriz de la etapa de evaluación del proyecto

F	FORTALEZA	<ul style="list-style-type: none">- Experiencia en diseño- Creatividad- Equipo multidisciplinario- Conocimiento de tendencias- Conocimiento en la realización de proyecto.
O	OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none">- Dar a conocer la marca- crecimiento del marketing digital.
D	DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none">- Mala distribución del tiempo- Recursos limitados- problemas de salud en uno de los miembros del grupo
A	AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none">- Problemas técnicos con los equipos electrónicos- Competencia- Problemas con los Softwares de diseño.

4.8. Análisis y administración de los riesgos del proyecto

Actividad	Riesgo	Tipo de riesgo	Nivel del riesgo			Acción de mitigación
			Alto	Medio	Bajo	
Estudió técnico	No tener el equipo necesario para realizar el proyecto.	Operacional				Asignar las actividades correspondientes para cada etapa para el proceso de elaboración.
Estudio financiero	No calcular adecuadamente la inversión del proyecto.	Operacional				Calcular los datos más de una vez para asegurar que todo está correcto.
Organización	Retraso con el cronograma de actividades del proyecto.	Calendario				Cumplir con las actividades en tiempo y forma.
Producción	Problemas con los equipos tecnológicos que retrasan el progreso del proyecto.	Operacional				Dar mantenimiento previo a los equipos tecnológicos.

V. Conclusión

La elaboración de una identidad de marca y el desarrollo de estrategias de marketing para el Ecolodge Mirador Los Volcanes son pasos cruciales que ayudarán al hotel a convertirse en un líder en turismo sostenible en Nicaragua. Al realizar el estudio de mercado, se identificarán las motivaciones, preferencias y expectativas de la población interesada en el turismo ecológico, lo que permitirá desarrollar la oferta que atraerá altamente al público objetivo.

El hotel no solo podrá destacarse en un mercado competitivo, sino que también fortalecerá su imagen, atraerá a clientes que buscan experiencias reales y responsables a través del ecoturismo, mediante el establecimiento de una identidad de marca sólida que sea coherente con los valores ambientales y promueva el turismo centrado en la naturaleza.

Finalmente, la estrategia de marketing fortalecerá la participación directa de los turistas con el área circundante, lo que fomentará actividades sostenibles y educativas que no solo mejorarán la experiencia de los visitantes, sino que también establecerán la reputación de la marca del hotel como una que es conservadora y respetuosa con el medio ambiente.

Colectivamente, estos esfuerzos ayudarán a sentar las bases para el desarrollo del hotel, expandir su presencia y aumentar su atractivo para los turistas interesados en viajes ecológicos, y recibir beneficios no solo para ellos, sino también para el medio ambiente.

VI. Recomendaciones

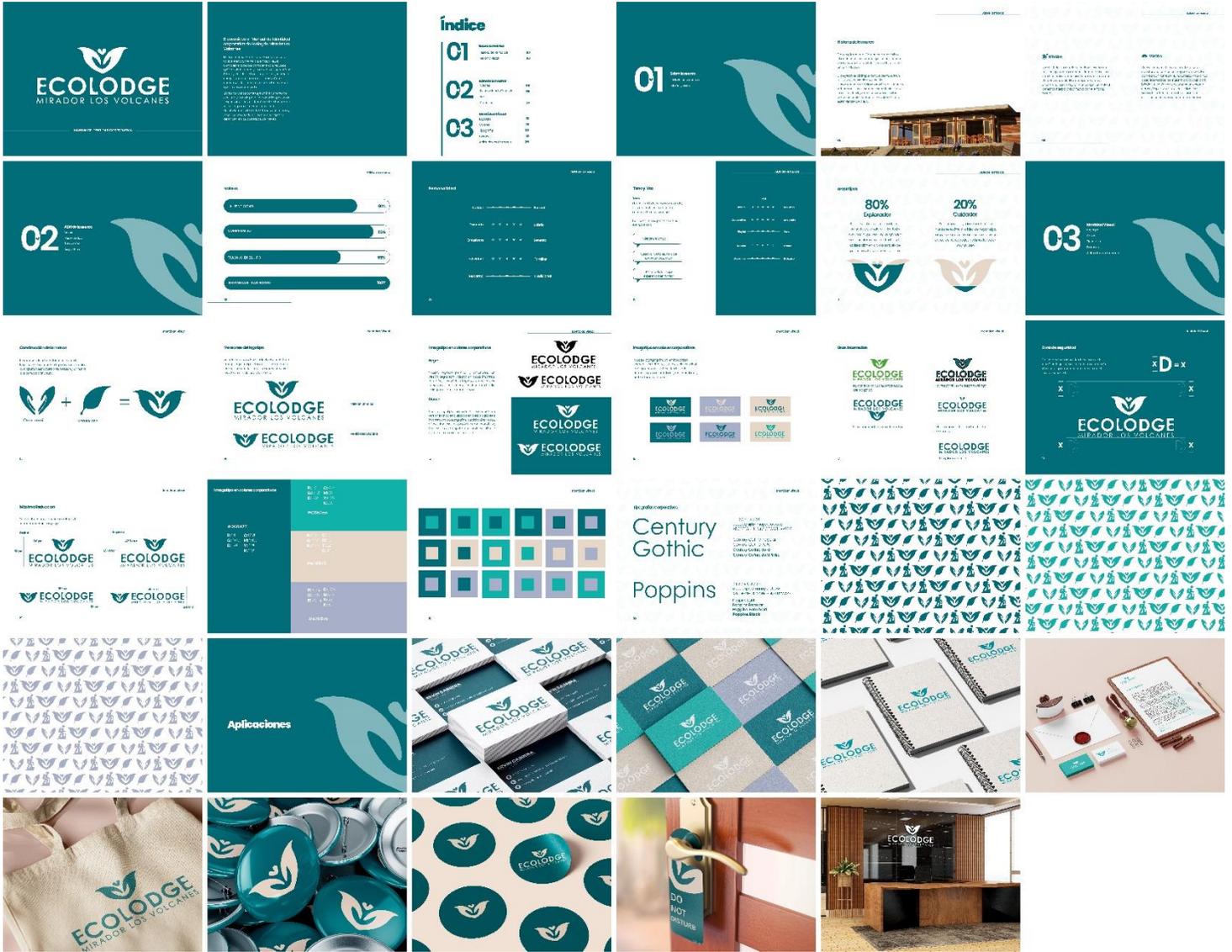
Es fundamental definir el uso adecuado de cada elemento de la marca para garantizar el posicionamiento de la identidad visual dentro del sector turístico

Se recomienda:

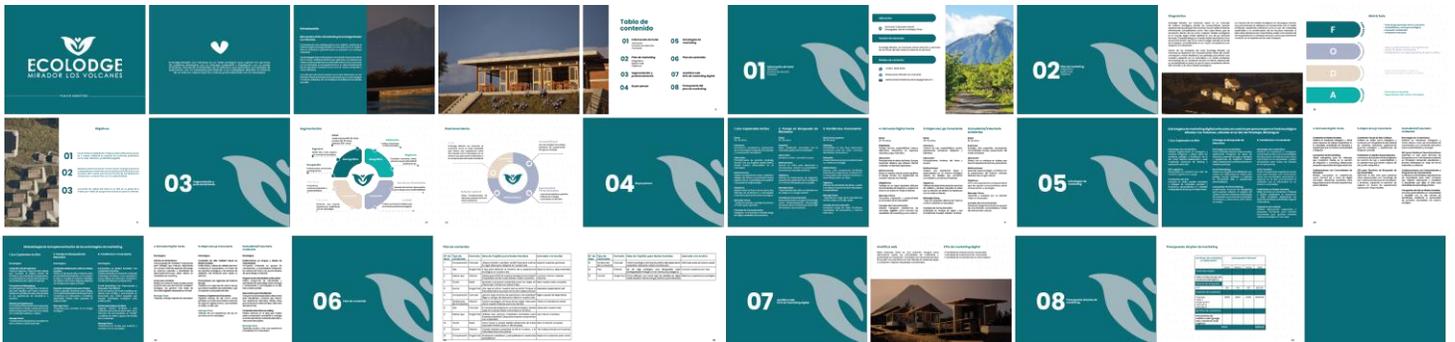
- Respetar los espacios de seguridad de cada formato a la hora de su distribución en las distintas aplicaciones.
- Definir los sectores de los materiales visuales implementados dentro del hotel, para un mayor impacto visual de los huéspedes.
- Mantener la proporción correcta del logo en todo momento.
- Evitar distorsionar o alterar su forma el logo debe ser legible en todas sus escalas, desde tarjetas de presentación hasta en señalización exteriores.
- Usar siempre las versiones correctas del logo (a color, blanco o en negro) según el fondo y el entorno si el fondo es oscuro. Utilizar la versión en blanco y viceversa.
- No combinar el logo con demasiados efectos o sombras, gradientes. El logo debe estar simple directo y limpio
- Las señales de dirección instrucciones y nombres de las habitaciones o áreas deben estar diseñadas con la misma identidad visual de la marca.
- Implementar la paleta de colores para reforzar la identidad de la marca y utilizarlas en todos sus elementos visuales dentro y fuera del hotel, como cortinas. Alfombras, decoración, paredes y muebles.
- Seguir las indicaciones del Plan de marketing para promover el reconocimiento de la marca.

VII. Material complementario

Manual de Identidad de Marca



Plan de Marketing



Redes Sociales

ECOLOGDGE
MIRADOR LOS VOLCANES

Day
PASS

Desde: **\$12**
Consumibles en el restaurante

Podrás tener acceso a:

- Piscina
- Restaurante
- Mirador

Condiciones aplican.

Para más información Contáctanos al: +(505) 8826 - 6046

[f](#) [@](#) [d](#)

ECOLOGDGE
MIRADOR LOS VOLCANES

EL MEJOR CONFORT

¡Reserva el 06 de Enero y obtendrás el 15% de descuento!

Disfruta de unas excelentes vacaciones en familia en nuestras cabañas

Para más información Contáctanos al: +(505) 8826 - 6046

Condiciones aplican.

[f](#) [@](#) [d](#)

VIII. Referencias Bibliográficas

(PNCL-DH, 2022 - 2026)

Gobierno de Nicaragua. (2022). Plan Nacional de Lucha Contra la Pobreza para el Desarrollo Humano 2022 – 2026. Recuperado de:

[https://www.pndh.gob.ni/documentos/pnlc-dh/PNCL-DH_2022-2026\(19Jul21\).pdf](https://www.pndh.gob.ni/documentos/pnlc-dh/PNCL-DH_2022-2026(19Jul21).pdf)

IX. Anexos

Figura 1.

Bienvenido al primer paso de nuestro proceso de Creación.

El objetivo de esta entrevista es comprender a fondo su visión, valores y objetivos comerciales para crear un nuevo branding que refleje de manera auténtica la esencia de su empresa

01 ¡Empecemos!

¿Cuál es su nombre completo?	Ervin Cabrera Barahona
¿En la actualidad, la marca cuenta con una misión y visión definidas?	No, aún no tenemos definido Misión, Visión, Valores
¿Cuál es la proyección a largo plazo que tiene para la marca?	La proyección es el mejor Hotel de descanso en la Isla de Ometepe, un espacio para compartir en familia.
¿Hasta qué punto aprecia la implementación de prácticas sostenibles para adoptar una nueva identidad de marca ecológica?	Estoy abierto a implementar buenas prácticas sostenibles con el medio ambiente, con el mercado.

Entrevista física para el proceso de creación de marca.

Nota. Esta imagen presenta las preguntas realizadas durante la entrevista al cliente Ervin Cabrera, propietario del restaurante Mirador Los Volcanes. Las respuestas obtenidas son fundamentales para la conceptualización y el diseño de la marca.

Figura 2.

Entrevista física para el proceso de creación de marca.

¿Qué elementos gráficos le gustaría incorporar en la marca ecológica?	1- La Isla con los dos volcanes 2- sol
¿Estaría usted dispuesto a implementar las estrategias de marketing que le sugerimos?	Si, siempre y cuando sean factibles y apunten a la sostenibilidad.
¿Cómo caracterizaría usted el tipo de servicio que su empresa brinda?	Por ahora es familiar, Acogedor, tranquilo. La comida poco a poco apunta más gourmet.
¿Cuál sería la principal inspiración de querer transformar el restaurante a convertirlo en un hotel ecológico?	- Generar Empleo - Negocio de Retiro. - Area de Capacitación

Gracias

Agradecemos el tiempo brindado en esta entrevista, así como su disposición de responder todas nuestras preguntas.

Managua, Nicaragua

Nota. Esta imagen presenta las preguntas realizadas durante la entrevista al cliente Ervin Cabrera, propietario del restaurante Mirador Los Volcanes. Las respuestas obtenidas son fundamentales para la conceptualización y el diseño de la marca.

Figura 3.

Instrumento de estudio de mercado

¿En que rango de edades se encuentra usted ?

 Copiar

68 respuestas

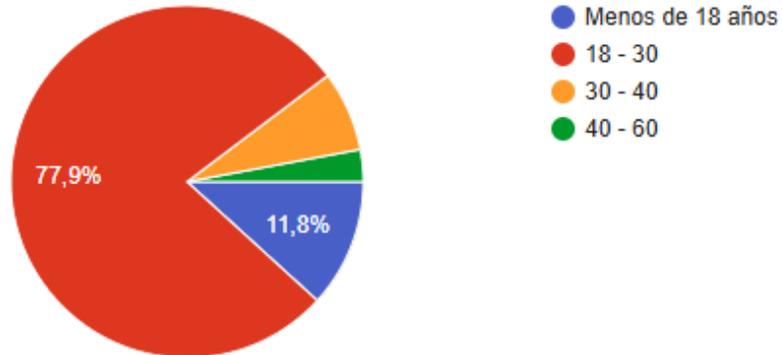


Figura 4.

Instrumento de estudio de mercado

¿Conoces alguna marca ecológica?

 Copiar

68 respuestas

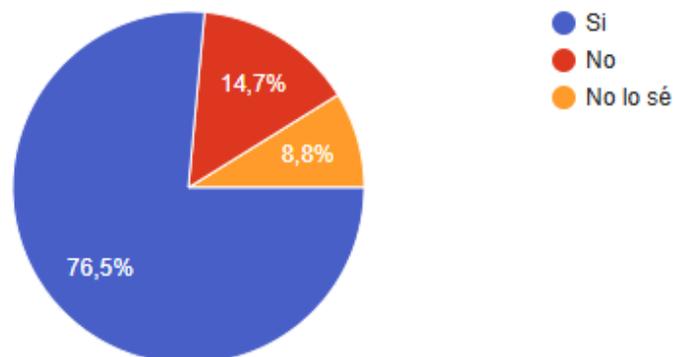


Figura 5.

Instrumento de estudio de mercado

¿Reconoces alguna de estas marcas ecológicas?

 Copiar

68 respuestas

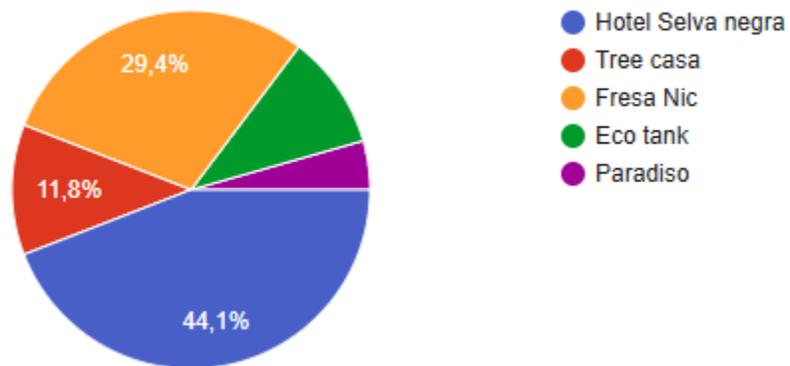


Figura 6.

Instrumento de estudio de mercado

¿Con que asociaría una marca ecológica?

 Copiar

68 respuestas

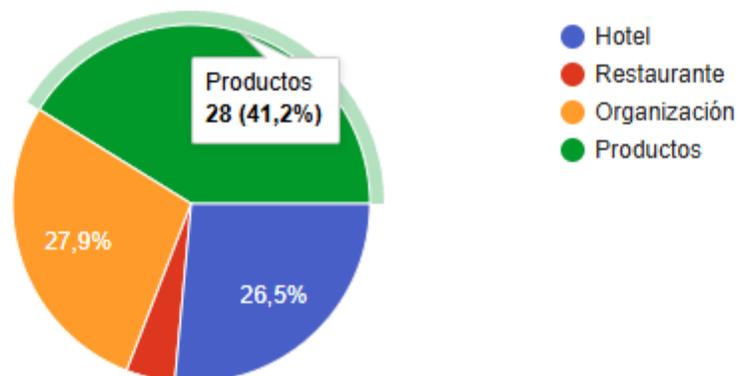


Figura 7.

Instrumento de estudio de mercado

¿Con que colores asociarías a una marca ecológica?

Copiar

68 respuestas

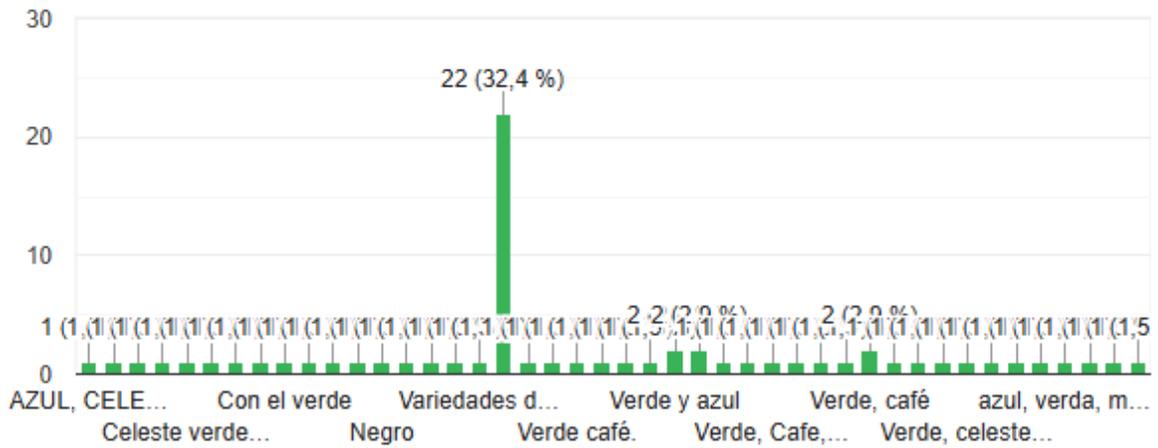


Figura 8.

Instrumento de estudio de mercado

¿Que canales de comunicación prefieres para interactuar con una marca ecológica?

Copiar

68 respuestas

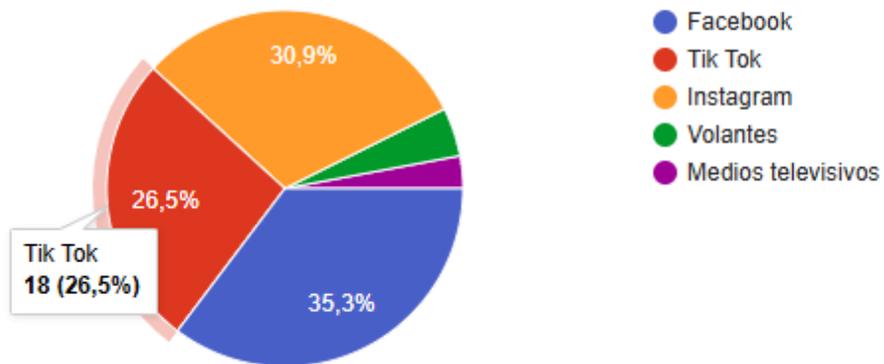


Figura 9.

Instrumento de estudio de mercado

¿Qué influiría más en tu decisión de hospedarte en un hotel ecológico?

 Copiar

68 respuestas

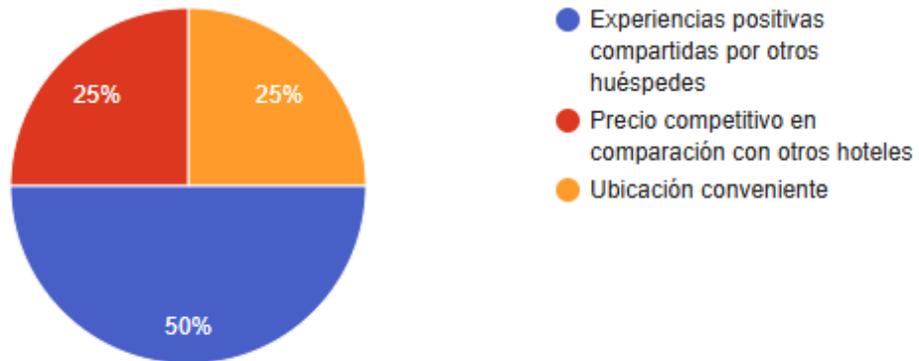


Figura 10.

Instrumento de estudio de mercado

¿Qué opinas sobre la idea de que los huéspedes participen en actividades de conservación ambiental durante su estancia en el hotel?

 Copiar

68 respuestas

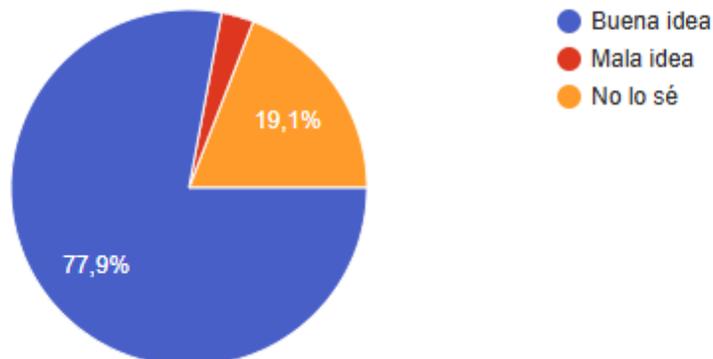


Figura 11.

Instrumento de estudio de mercado

¿Usualmente viajas con mascotas ?

 Copiar

68 respuestas

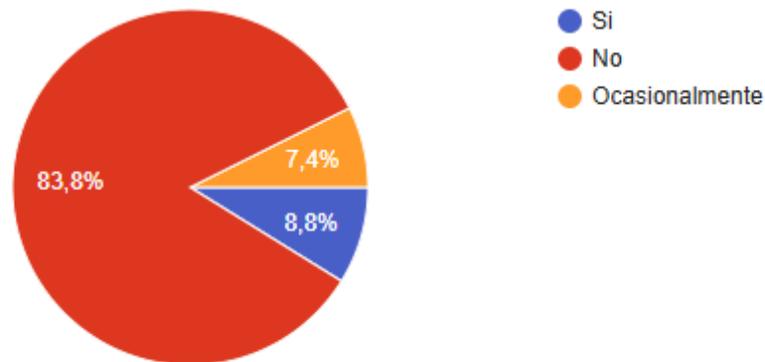


Figura 12.

Instrumento de estudio de mercado

¿Qué tipo de actividades relacionadas con la sostenibilidad te gustaría ver ofrecidas por un hotel ecológico?

 Copiar

68 respuestas

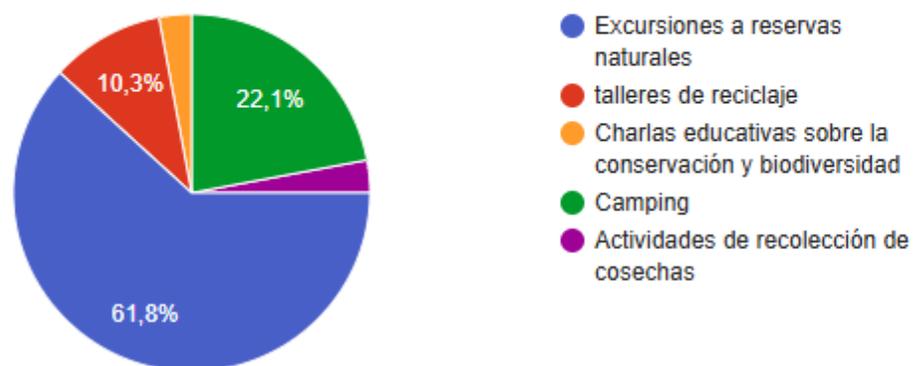


Figura 13.

Instrumento de estudio de mercado

¿Te resulta importante que un Hotel sea Pet-friendly?

 Copiar

68 respuestas

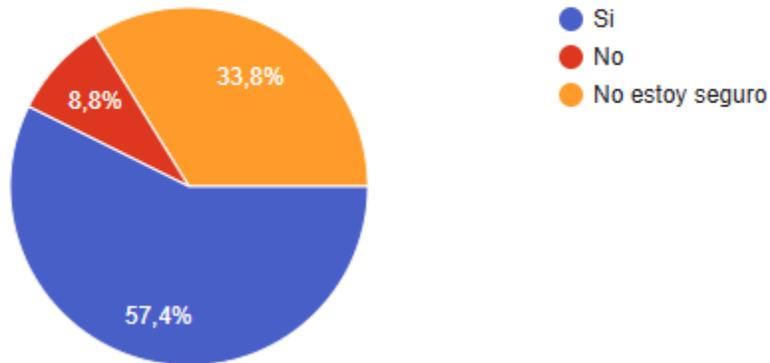


Figura 14.

Instrumento de estudio de mercado

En una escala del 1 al 10, ¿qué tan importante es para ti que un hotel tenga prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente al elegir dónde hospedarte?

 Copiar

68 respuestas

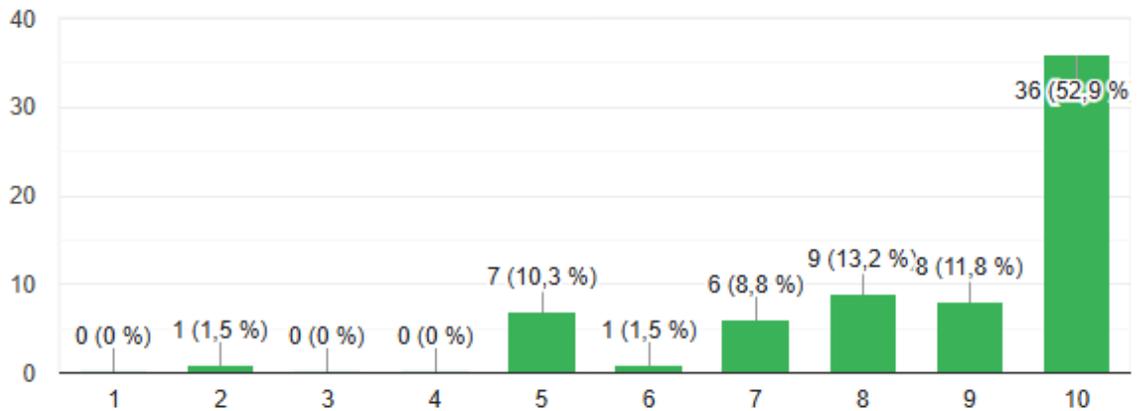
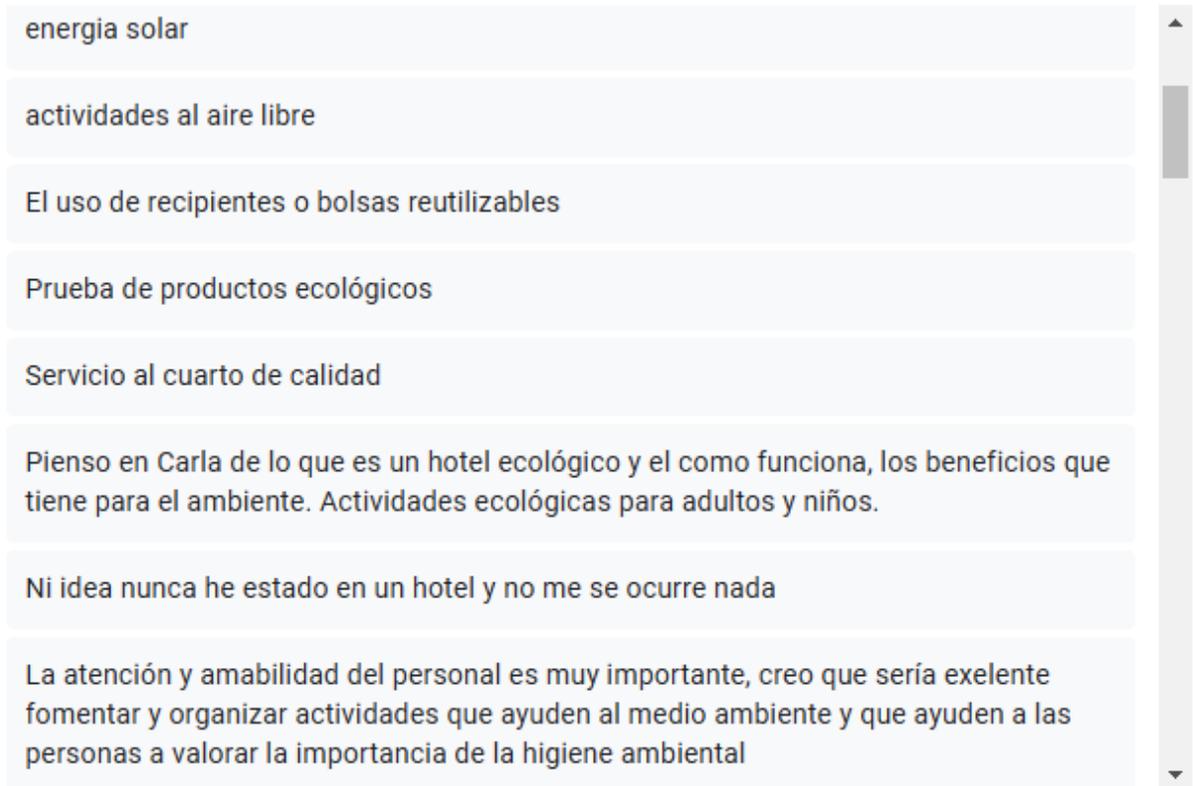


Figura 15.

Instrumento de estudio de mercado

¿Qué tipo de servicios adicionales te gustaría ver en un hotel ecológico?

68 respuestas





¡Universidad del Pueblo y para el Pueblo!



