



**ceutec**  
de unitec

# PROYECTO DE CAMPAÑA PUBLICITARIA DE LA FUNDACION AMOR Y VIDA



# Integrantes

<b>Daniel Fernando Hernández Castro</b>	<b>62111196</b>
<b>Eber Enrique Ramírez Trinidad</b>	<b>62151220</b>
<b>Kathia Vanessa Zelaya Santos</b>	<b>21911089</b>
<b>Nayely Alexandra Borjas Fuentes</b>	<b>61911599</b>
<b>Jodie Dayana Fajardo Sorto</b>	<b>62211121</b>
<b>Walter Misael Diaz Ulloa</b>	<b>61221308</b>
<b>Angie María Jerezano Serrano</b>	<b>62121331</b>
<b>Luis Fernando Euceda Castañon</b>	<b>21551079</b>
<b>Moisés Jesús Rivera Sevilla</b>	<b>62111725</b>
<b>Perla Beatriz Najarro Ramírez</b>	<b>61821141</b>
<b>Rafael Antonio Borjas Hernández</b>	<b>61851304</b>
<b>Carlos Alejandro Ramos Aceituno</b>	<b>62011903</b>

## Docente

**Lic. Heysa Vásquez**

# CONTENIDO

**Descripción del proyecto** 4

**Objetivos** 5

**Alcance EDT** 6

**Hitos del proyecto** 7

**Presupuesto** 8

**Resumen de los principales  
riesgos y sus estrategias** 9

**Comunicaciones** 10

**Lecciones aprendidas** 11

# DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Ayudar a la Fundación Amor y Vida para que sus productos sean más reconocidos y aumenten sus ventas, por medio de estrategias de marketing en las redes sociales. Realizar estudio de mercado.





# OBJETIVOS

## Objetivo General:

Incrementar la visibilidad y la demanda de los productos hechos por los jóvenes de la Fundación Amor y Vida a través de una estrategia de marketing efectiva y sostenible para lograr un aumento en las ventas a más tardar a finales de marzo del 2023.

## Objetivos Específicos:

- ➡ Mejorar la presencia en línea del producto
- ➡ Aumentar la visibilidad del producto
- ➡ Mejorar la experiencia de compra del cliente.

# EDT

**Proyecto de campaña  
publicitaria de la  
fundación amor y vida**

**1.0 Estudio  
de mercado**

**2.0 Desarrollo  
de producto**

**3.0 Marketing**



**4.0 Recolección  
de resultados**

# Hitos del Proyecto



## Fase de Planificación:

-  Reunión con el equipo de proyecto y cliente para definir objetivos y alcance de la campaña.
-  Fecha: jueves 16 de febrero

## Fase de Aprobación:

-  Presentación de proyecto y aprobación para el comienzo del mismo.
-  Fecha: sábado 25 de febrero.

## Fase de Cierre:

-  Presentación de resultados y entrega del informe final:
-  Fecha: sábado 18 de marzo

# PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DEL PROYECTO		
NOMBRE DEL PROYECTO:	PROYECTO DE MARKETING PARA FUNDACION AMOR Y VIDA	
DURACION DEL PROYECTO:	10 DIAS (BASADO EN DIAS PAGADOS EN REDES SOCIALES)	
PRESUPUESTO PARA REDES SOCIALES		
ACCION	CANTIDAD	
PAGO DE PUBLICIDAD EN FACEBOOK	L	300.00
PAGO PUBLICIDAD EN INSTAGRAM	L	1,230.00
TOTAL	L	1,530.00
PRESUPUESTO PARA CONTENIDO VISUAL		
ACTIVIDAD	CANTIDAD	
DISEÑO DE TRIFOLIOS INFORMATIVOS	L	250.00
DISEÑO DE IMÁGENES PUBLICITARIAS	L	750.00
ENTREGA DE TRIFOLIOS	L	300.00
IMPRESIÓN DE TRIFOLIOS	L	3,000.00
TOTAL	L	4,050.00
PRESUPUESTO PARA CONTENIDO AUDIOVISUAL		
ACTIVIDAD	CANTIDAD	
CREACION DE VIDEO PUBLICITARIO	L	500.00
TOTAL	L	500.00

PRESUPUESTO DEL PROYECTO PARA FUNDACION AMOR Y VIDA		
ACTIVIDAD	CANTIDAD	
PAGO A REDES SOCIALES	L 1,530.00	DOMINIO DEL PROJECT MANAGER
CONTENIDO VISUAL	L 4,050.00	
CONTENIDO AUDIOVISUAL	L 500.00	
RESERVA DE CONTINGENCIAS	L 2,589.00	
SUBTOTAL	L 8,669.00	
		AUTORIZADO POR EL DP
RESERVA DE GESTION	L 5,201.40	
TOTAL	L 13,870.40	



RESERVA DE CONTINGENCIAS		
INEFICIENCIA EN REDES SOCIALES		
PROBABILIDAD	IMPACTO MONETARIO	TOTAL
0.5	L 1,530.00	<b>L 765.00</b>
ESTRATEGIAS DE MARKETING UTILIZADAS INDADECUADAMENTE		
PROBABILIDAD	IMPACTO MONETARIO	TOTAL
0.3	L 6,080.00	<b>L 1,824.00</b>
RESERVA DE GESTION		
SOPORTE TECNICO INEFICIENTE		
PROBABILIDAD	IMPACTO MONETARIO	TOTAL
0.1	L 13,870.40	<b>L 1,387.04</b>
CAMBIOS IMPREVISTOS EN EL MERCADO		
PROBABILIDAD	IMPACTO MONETARIO	TOTAL
0.5	L 13,870.40	<b>L 6,935.20</b>

# RESUMEN DE RIEGOS Y ESTRATEGIAS

- 1 Resistencia al cambio
- 2 Ineficiencia en redes sociales
- 3 Incumplimiento de los objetivos de ventas
- 3 Cambios imprevistos en el mercado

Para mitigar estos riesgos, se han identificado diversas estrategias. En el caso de la ineficiencia en redes sociales, se sugiere evaluar los resultados y hacer ajustes si es necesario. Para resolver la insatisfacción del cliente, se recomienda ofrecer opciones viables para resolver el problema y proporcionar una fecha límite para hacerlo. En el caso del incumplimiento de los objetivos de ventas, se sugiere identificar las áreas problemáticas en el proceso de ventas y analizar si hay algún problema en cualquiera de sus etapas.

# COMUNICACIONES

Matriz Comunicación								
Información	Contenido	Formato	Nivel de Detalle	Responsables de Comunicar	Grupo Receptor	Metodología	Canal	Frecuencia de Comunicacion
Inicio del Proyecto	Acta de Constitucion	Informe del Proyecto	Medio	Director del Proyecto	Todos los interesados en la ONG y Equipo de trabajo	Documento digital (docx. o PDF) via correo electronico	Reunion Virtual Zoom	Una sola vez
Planificacion	Plan de direccion del Proyecto	Word	Alto	Director del Proyecto	Equipo de trabajo	Documento digital (docx. o PDF)	Reunion Virtual Zoom	Una sola vez
Planificacion	Creacion del Cronograma	Microsoft Project	Alto	Director del Proyecto	Equipo de trabajo	Documento digital (docx. o PDF)	Reunion Virtual Zoom	Una sola vez
Planificacion	Gestion de Costos	Word	Medio	Director del Proyecto	Equipo de trabajo	Documento digital (docx. o PDF)	Reunion Virtual Zoom	Una sola vez
Avance del Proyecto	Detalle de las reuniones de seguimiento con los miembros del proyecto	Presentacion PPT.	Alto	Director del Proyecto	Equipo de trabajo	Documento digital (docx. o PDF)	Reunion Virtual Zoom	Una sola vez
Implementacion	Ejecucion de lo propuesto a mejorar	Plan de proyecto	Medio	Director del Proyecto	Todos los interesados en la ONG y Equipo de trabajo	Documento digital (docx. o PDF) via correo electronico	Reunion Virtual Zoom	2 reuniones a la semana
Cambios	Detalle de fallos encontrados y hacer cambios correctivos	Word	Alto	Director del Proyecto	Equipo de trabajo	Documento digital (docx. o PDF)	Reunion Virtual Zoom	2 reuniones a la semana
Planificacion	Presupuesto del Proyecto	Excel	Medio	Director del Proyecto	Equipo de trabajo	Documento digital (docx. o PDF)	Reunion Virtual Zoom	Una sola vez
Cierre del Proyecto	Comunicacion e entrega de proyecto	Informe del Proyecto	Alto	Director del Proyecto	Todos los interesados en la ONG y Equipo de trabajo	Documento digital (docx. o PDF) via correo electronico	Reunion Presencial	Una sola vez

# LECCIONES APRENDIDAS

- ➡ Impacto de la comunicación efectiva en todas las etapas del proyecto.
- ➡ Anticipar los imprevistos que pueden ser causados por proveedores o cualquier ente externo.
- ➡ Capacidad de adaptarnos al cambio.
- ➡ Crear expectativas claras sobre el alcance del proyecto.



# Anexos







**GRACIAS POR  
SU ATENCIÓN**