



Plan de marketing

Código: MKT-01 Rev. 0 Fecha: 23/10/2026

Island Crew · Plataforma de empleo en hostelería · Islas Canarias

Control del documento

Versión	Fecha	Descripción del cambio	Elaborado	Aprobado
Rev. 0	23/10/2026	Edición inicial	Responsable de Calidad	Dirección General

1. Resumen

Plan de marketing de 12 meses para lanzar Island Crew en Canarias. Objetivo: atraer trabajadores de hostelería y locales a la vez, porque cada lado da valor al otro. Tono: cercano, divertido y canario, con la cabra de Island Crew como mascota.



2. Análisis DAFO

Fortalezas	Debilidades
Emparejamiento rápido tipo swipe; formación con juego 3D; todo en un sitio (empleo, piso, vida); foco local.	Marca nueva; muchas áreas a la vez; dependencia de tener oferta y demanda simultáneas.
Oportunidades	Amenazas
Alta temporalidad y escasez de personal; llegada de trabajadores de fuera; poca digitalización en pequeños locales.	Portales generalistas (InfoJobs, Indeed), grupos de Facebook/WhatsApp gratuitos, empresas de trabajo temporal.

3. Público objetivo

Perfil	Necesita	Duda	Mensaje
Ana, 24, camarera de temporada que llega a Tenerife	Trabajo y piso rápido	¿Es fiable? ¿Pagan bien?	Encuentra curro y piso en la isla en una tarde.
Kevin, 31, cocinero con experiencia	Mejor puesto y horario	Perder tiempo con ofertas malas	Solo ves locales que te quieren de verdad.
Carmen, dueña de un chiringuito	Personal ya, para el fin de semana	No tengo tiempo para leer CV	Desliza, haz match y habla hoy mismo.
Grupo hotelero	Volumen y formación	Calidad de los candidatos	Talento formado y certificado por Academy.

4. Posicionamiento

Para la gente de la hostelería en Canarias, **Island Crew es** la app que te empareja con tu próximo curro y te ayuda a vivir en la isla, **a diferencia de** los portales de empleo generalistas, **porque** une empleo, formación práctica y vida local con el estilo de las islas.

Lema: “Tu futuro también se entrena en la playa”.

5. Objetivos SMART

Objetivo	Indicador	Meta 12 meses
Captar trabajadores	Registros completos	10.000
Captar locales	Empresas con vacante activa	500
Generar matches	Matches con chat iniciado / mes	3.000
Formar	Certificados Academy emitidos	2.000
Satisfacción	Valoración media de usuarios	≥ 4,3 / 5
Coste	Coste por registro	< 2 €

6. Canales y acciones

Canal	Acciones
Instagram y TikTok	Vídeos de la cabra camarera, retos de Academy, “un día en el chiringuito”, ofertas de la semana por isla.
Buscadores (SEO)	Páginas /trabajo-en/[isla] y blog: “trabajar de camarero en Tenerife”, “alquiler para temporeros”.
Publicidad de pago	Meta Ads y Google Ads segmentados por isla y temporada (marzo-junio y octubre).
Calle	Carteles y QR en zonas de bares, escuelas de hostelería, cooperativas y aeropuertos.
Alianzas	Escuelas de hostelería, asociaciones de restauración, ayuntamientos y servicios de empleo.
Referidos	Recompensas Crew Plus por invitar a compañeros y locales.
Correo y avisos	Alertas de ofertas, recordatorios de perfil y novedades de Academy.
Prensa local	Notas de lanzamiento y casos de éxito en medios canarios.

7. Calendario

Mes	Foco
1-2	Prelanzamiento: lista de espera, captación de 100 locales piloto, contenido de mascota
3-4	Lanzamiento en Tenerife y Gran Canaria; campaña de temporada de verano
5-6	Academy: retos y certificados; alianzas con escuelas

Mes	Foco
7-8	Vivienda y vida en las islas para trabajadores de fuera
9-10	Temporada de invierno; resto de islas
11-12	Casos de éxito, Restaurant OS para empresas, análisis y nuevo plan

8. Presupuesto orientativo

Partida	% del presupuesto
Publicidad de pago	40 %
Contenido y redes	20 %
Calle y eventos	15 %
Alianzas y prensa	10 %
Referidos y premios	10 %
Herramientas y medición	5 %

Importe total [PENDIENTE: completar].

9. Medición

Revisión mensual de los indicadores del apartado 5 en el panel de estadísticas de administración; los resultados alimentan los objetivos de calidad (ISO 9001, apartado 6.2) y la revisión por la dirección.