

FORMATO PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO	
1.- Equipo:	Equipo 1
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	Ivana Sánchez Gómez Bryan Sarracino Sarracino Marving Carrera Bravata Samuel Zumarraga Magaña Itzel Fernanda Torres Vargas
3.- Asignaturas que imparten:	Contabilidad
4.- Nombre del proyecto:	Mas estrellas en el cielo de México
	<p>Los dulces han acompañado a la humanidad desde tiempos antiguos y se han convertido en un producto que no solo satisface un gusto, sino que también forma parte de la vida cultural, social y económica de los pueblos. En la actualidad, los dulces ocupan un lugar especial dentro del consumo cotidiano: están presentes en fiestas infantiles, celebraciones religiosas, reuniones familiares, convivencias escolares y también como un simple antojo que alegra el día. Su valor no es únicamente alimenticio, sino también simbólico y emocional, ya que los asociamos con momentos de alegría, convivencia y afecto.</p> <p>En México, el consumo de dulces es muy importante. Existe una gran variedad que va desde los tradicionales, como las alegrías de amaranto, las cocadas, las palanquetas o los dulces de tamarindo, hasta los industriales, como caramelos, chocolates, gomitas y paletas. Este sector no solo beneficia a los consumidores, sino que también genera empleo en fábricas, pequeñas empresas y comercios locales, lo cual representa una fuente de ingresos para miles de familias.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué la empresa no está a la vanguardia? • ¿Por qué no está a la altura del mercado? • ¿De qué manera contribuye la industria de los dulces a la economía local en México? 										
6.- Objetivo:	Nuestro objetivo sería hacer un plan de acción para tener una mayor cantidad de público y así subir las ventas de la empresa.										
7.- Tiempo de realización:	3 meses										
La metodología seleccionada para trabajar el proyecto, se divide en tres fases:	(1) Preparación (2) Desarrollo y (3) Comunicación.										
8.- Fase de Preparación											
8.1.-Identificar los temas de aprendizaje que saben y los que no saben.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Lo que se sabe</th> <th>Lo que no se sabe</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>La empresa: Dulcería la estrella</td> <td>Competencias directas de la empresa.</td> </tr> <tr> <td>Que no ha llegado a todos los Estados de México.</td> <td>Razones por las cuales no se ha extendido a partes de México</td> </tr> <tr> <td>Falta de creatividad para la publicidad.</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lo que se sabe	Lo que no se sabe	La empresa: Dulcería la estrella	Competencias directas de la empresa.	Que no ha llegado a todos los Estados de México.	Razones por las cuales no se ha extendido a partes de México	Falta de creatividad para la publicidad.			
Lo que se sabe	Lo que no se sabe										
La empresa: Dulcería la estrella	Competencias directas de la empresa.										
Que no ha llegado a todos los Estados de México.	Razones por las cuales no se ha extendido a partes de México										
Falta de creatividad para la publicidad.											
8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.	<p>Estrategias:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales más activas 2. Publicidad pagada en redes 3. Google My Business 4. Alianza con comercios locales 5. Sorteo y rifas en redes sociales 										

8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.

PLANEACIÓN ESTRÁTICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR									
FASES	Nº	TEMÁTICA DE INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EXECUCIÓN	TIEMPO	ESTIMADO	ESTATUS	OBSERVACIONES	
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la temática con la problemática	Objetivo: Identificar la estrategia, la problemática existente en la empresa, la cual se detectó en la investigación.	18/08/21	22/08/21	Una semana	Concluido	Se determinaron los pasos para el desarrollo de la investigación considerando los tiempos y la problemática.	
	2	Pensamiento claro de la problemática	Objetivo: Aumentar la viabilidad y genera confianza.	25/08/21	29/08/21	Una semana	Concluido	Se determinó la problemática detectada en la empresa, la cual se detectó en la investigación.	
	3	Pensamiento claro de la propuesta de la posible solución	Objetivo: Analizar las afectaciones de la apertura de un departamento de mercadería para identificar los efectos positivos en la empresa.	01/09/21	05/09/21	Una semana	Concluido	Se determinó la posible solución en la cual se realizó una lluvia de ideas de las propuestas para llevar acabo en la investigación.	
	4	Conoce tu empresa (Antecedentes Históricos) Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura orgánica	Giro de la empresa se dedica a la venta de dulces y repostería. Visión: La mejor dulcería de Colombia. Misión: Ofrecer dulces y productos de excelente calidad a un precio justo. Objetivo: Servir a la sociedad. La visión de Dulcería La Estrella es la mejor cadena de dulces, con la mayor variedad de productos y la mejor calidad.	08/09/21	12/09/21	Una semana	Concluido	Se determinó los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio.	
	5	Elaboración del Marco Referencial Antecedentes	Se investigó sobre las estrategias de marketing utilizadas por algunas empresas del sector dulcería. Se analizó que otras dulcerías locales han logrado posicionarse en el mercado gracias a sus estrategias de promoción y participación en eventos. Esta investigación permitió sacar conclusiones y estrategias que pueden aplicarse en Dulcería La Estrella para aumentar su alcance y atraer nuevos clientes.	22/09/21	26/09/21	Una semana		Se investigó todo el anterior de la empresa, condensando su evolución como empresa.	
DESARROLLO	6	Elaboración del Marco Referencial Marco Teórico y Marco Conceptual	Se investigó sobre las estrategias de marketing digital, la publicidad en redes sociales y el consumo digital del consumidor. Enfoque de marketing: Definimos conceptos (marketing mix, segmentación del mercado, "postconsumo", estrategia de promoción). Estos son servicios que impulsan la imagen de la Dulcería La Estrella y aumenta su presencia en el mercado local.	28/09/21	17/10/21	Tres semanas		Se investigará y analizará la información	
	7	Pensamiento en la elaboración de la Guía o Críticos en una serie de pasos para su desarrollo	Se elaboró una propuesta práctica para resolver la problemática de falta de ventas. Enfoque de marketing: Una estrategia de marketing: Creación de una campaña digital con contenido visual atractivo, publicaciones en redes sociales y promoción en las redes sociales. También se habló sobre la importancia del punto de venta con carteles, coloquio y empaques. Los puntos de venta deben destacar la marca.	20/10/21	31/10/21	Doce semanas		Se desarrollará la propuesta de los pasos a seguir para dar la problemática planteada.	
	8	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de la Guía o Críticos en donde se establecen los pasos seguir para su desarrollo	Se presentó a los socios aliados lo que con base en los puntos clave recabados durante la investigación. Enfoque de marketing: Determinamos que la mejor estrategia es implementar una estrategia de marketing digital para aumentar su alcance social. Esto permitirá mejorar su posicionamiento, aumentar las ventas y atraer más clientes, apoyando la tradición y calidad de sus productos.	03/11/21	07/11/21	una Semana		Se desarrolla la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considera los criterios y herramientas para poder realizarla.	
Finalización de la Guía de elaboración del proyecto integrador									

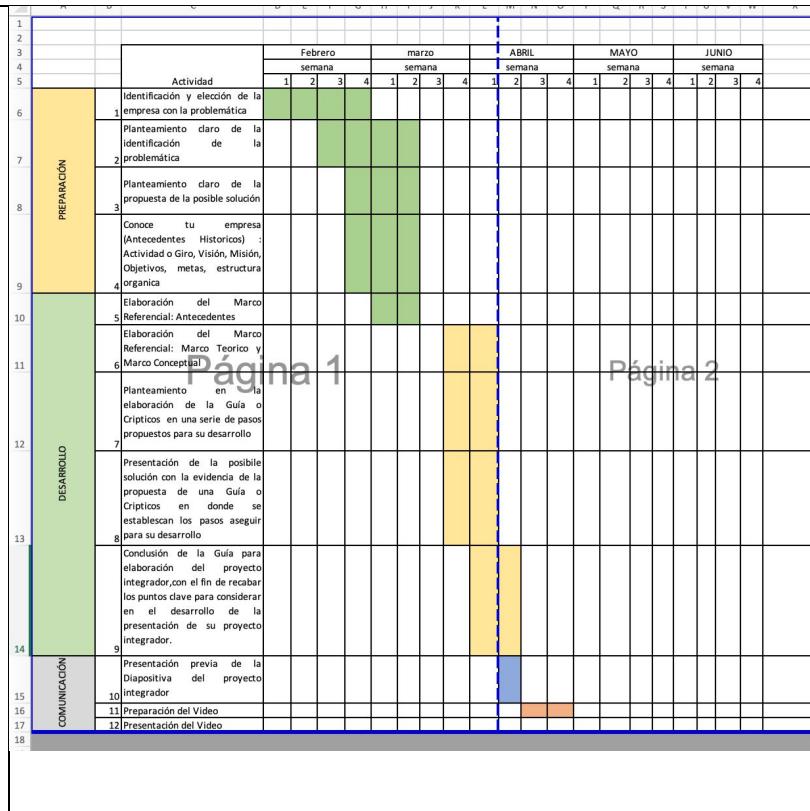
	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar negocios complementarios (cafeterías, panaderías, tiendas de abarrotes, restaurantes). • Ofrecer intercambios: • Tú promocionas sus productos y ellos los tuyos. • Combos: “Compra aquí y recibe descuento en el socio aliado”. • Dejar volantes, posters o muestras en los locales aliados. <p>Tiempo estimado: 2–3 semanas para cerrar primeros acuerdos.</p> <p>Responsable: Dueño o encargado de ventas.</p> <p>5. Sorteos y rifas en redes sociales</p> <p>Objetivo: Generar alcance y atraer nuevos seguidores/clientes.</p> <p>Acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizar un sorteo mensual. Ejemplo: “Gana un combo de productos”. • Dinámica sencilla: <ol style="list-style-type: none"> 1. Seguir la página. 2. Dar like a la publicación.

	<p>3. Comentar y etiquetar a 2 amigos.</p> <ul style="list-style-type: none">• Usar herramientas gratuitas para elegir ganador (ejemplo: apps de sorteos en Instagram o Facebook).• Publicar el resultado en video para transparencia. <p>Tiempo estimado: 1 semana para preparar, 1 día para anunciar ganador. Responsable: Community manager o encargado de redes.</p>
8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.	Samuel: Community Manager <ul style="list-style-type: none">• Diseñar el calendario de publicaciones en redes sociales.• Publicar mínimo 3 veces por semana (fotos, videos, historias).• Contestar mensajes y comentarios rápido.• Coordinar sorteos y rifas en Facebook/Instagram.

	<p>Ivana : Diseño y Contenido</p> <ul style="list-style-type: none">• Tomar y editar fotografías de productos.• Grabar y editar videos cortos (Reels, TikToks).• Crear imágenes llamativas para promociones o anuncios.• Apoyar al Community Manager con material visual. <p>Fernanda: Publicidad Digital</p> <ul style="list-style-type: none">• Configurar y administrar campañas pagadas en Facebook/Instagram.• Definir segmentación geográfica y de intereses.• Medir resultados (alcance, clics, interacciones).• Ajustar campañas cada mes según el desempeño. <p>Bryan: Google My Business y Reseñas</p> <ul style="list-style-type: none">• Crear y actualizar el perfil en Google Business Profile.• Subir fotos, horarios, teléfono y ubicación.• Pedir a clientes que dejen reseñas positivas.• Responder reseñas y dudas en Google. <p>Bryan: Alianzas Comerciales</p> <ul style="list-style-type: none">• Identificar comercios locales que puedan ser aliados (cafeterías, panaderías, tiendas, etc.).• Negociar intercambios o promociones en conjunto.• Colocar volantes o posters en locales aliados.• Dar seguimiento a resultados de estas alianzas. <p>Marving: Relaciones con Clientes y Sorteos</p> <ul style="list-style-type: none">• Organizar dinámicas de sorteos y rifas en redes sociales.• Supervisar que los ganadores reciban el premio.
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilar testimonios y fotos de clientes satisfechos. • Compartir estos testimonios en redes sociales (apoyando al Community Manager). 																																																																														
8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.	En base a la información obtenida se espera que el departamento de marketing realice una campaña en redes sociales para aumentar la popularidad de los productos que ofrece la empresa para generar mejores ganancias.																																																																														
8.6.-Recursos: Aquí se contemplan los libros, las revistas, las computadoras, las hojas, los bolígrafos, los espacios, las impresiones, las pastas, los consumibles, los materiales, las comidas, las bebidas, los transportes, las llamadas telefónicas, el uso del internet, el tiempo aire del celular, los costos de envío, las impresiones y lo que los equipos consideren pertinentes, de acuerdo a la naturaleza de su proyecto.	Contamos con computadoras, internet, hojas, bolígrafos, impresiones, los transportes, la alimentación.																																																																														
8.7.- Elaborar un plan de acción.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="9">PLAN DE ACCIÓN</th> </tr> <tr> <th rowspan="2">FASES</th> <th rowspan="2">No.</th> <th rowspan="2">ACTIVIDAD</th> <th rowspan="2">DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</th> <th colspan="2">FECHA DE EJECUCIÓN</th> <th rowspan="2">DURACIÓN</th> <th rowspan="2">RESPONSABLE</th> <th rowspan="2">ESTATUS</th> <th rowspan="2">OBSERVACIÓN</th> </tr> <tr> <th>INICIAL</th> <th>FINAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">PREPARACIÓN</td> <td>1</td> <td>Identificación y elección de la empresa con la problemática</td> <td>Selección de Dulcería La Bravie como empresa de estudio para identificar problemas en sus estrategias de marketing y ventas.</td> <td>18/08/25</td> <td>22/08/25</td> <td>Una semana</td> <td>Todos los integrantes del equipo</td> <td>concluido</td> <td>Se determinó la empresa para desarrollar la investigación considerando los tiempos y información alcance.</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Planteamiento claro de la identificación de la problemática y posible solución</td> <td>Definir la problemática principal: baja visibilidad y promoción limitada en las redes sociales. Propuestas: plan de marketing digital para mejorar alcance y ventas.</td> <td>25/08/25</td> <td>05/09/25</td> <td>Dos semana</td> <td>Todos los integrantes del equipo</td> <td>concluido</td> <td>Se determinó la problemática detectada en la empresa, la cual se describió claramente con los integrantes del grupo de investigación.</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">DESARROLLO</td> <td>3</td> <td>Conoce tu empresa (Antecedentes históricos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura orgánica</td> <td>Investigación de los antecedentes de la empresa: actividad, giro, historia, misión, visión, logros, objetivos, metas, estructura organizativa.</td> <td>06/09/25</td> <td>12/09/25</td> <td>Una semana</td> <td>Todos los integrantes del equipo</td> <td></td> <td>Se determinó los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Elaboración del Marco Referencial Antecedentes, Marco teórico y Marco Conceptual</td> <td>Revisión de artículos de marketing digital, estrategias de posicionamiento, análisis de competencia, etc.</td> <td>22/09/25</td> <td>17/10/25</td> <td>cuatro semana</td> <td>Todos los integrantes del equipo</td> <td></td> <td>Se investigó todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución con la empresa.</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Criptón en donde se establecen los pasos seguir para su desarrollo</td> <td>Desarrollo de una propuesta de marketing digital: creación de redes sociales, promociones mensuales y fidelización de clientes mediante cupones.</td> <td>20/10/25</td> <td>14/11/25</td> <td>cuatro Semana</td> <td>Todos los integrantes del equipo</td> <td></td> <td>Se desarrolló la propuesta para elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere los criterios y herramientas para poder realizarlo</td> </tr> <tr> <td>COMUNICACIÓN</td> <td>6</td> <td>Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador para posteriormente elaborar el video de la presentación del proyecto</td> <td></td> <td>17/11/25</td> <td>05/12/25</td> <td>Tres Semana</td> <td></td> <td></td> <td>Se prepara la presentación previa del proyecto integrador</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">9.- Fase de Desarrollo</p>	PLAN DE ACCIÓN									FASES	No.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN		DURACIÓN	RESPONSABLE	ESTATUS	OBSERVACIÓN	INICIAL	FINAL	PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Selección de Dulcería La Bravie como empresa de estudio para identificar problemas en sus estrategias de marketing y ventas.	18/08/25	22/08/25	Una semana	Todos los integrantes del equipo	concluido	Se determinó la empresa para desarrollar la investigación considerando los tiempos y información alcance.	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática y posible solución	Definir la problemática principal: baja visibilidad y promoción limitada en las redes sociales. Propuestas: plan de marketing digital para mejorar alcance y ventas.	25/08/25	05/09/25	Dos semana	Todos los integrantes del equipo	concluido	Se determinó la problemática detectada en la empresa, la cual se describió claramente con los integrantes del grupo de investigación.	DESARROLLO	3	Conoce tu empresa (Antecedentes históricos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura orgánica	Investigación de los antecedentes de la empresa: actividad, giro, historia, misión, visión, logros, objetivos, metas, estructura organizativa.	06/09/25	12/09/25	Una semana	Todos los integrantes del equipo		Se determinó los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio	4	Elaboración del Marco Referencial Antecedentes, Marco teórico y Marco Conceptual	Revisión de artículos de marketing digital, estrategias de posicionamiento, análisis de competencia, etc.	22/09/25	17/10/25	cuatro semana	Todos los integrantes del equipo		Se investigó todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución con la empresa.	5	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Criptón en donde se establecen los pasos seguir para su desarrollo	Desarrollo de una propuesta de marketing digital: creación de redes sociales, promociones mensuales y fidelización de clientes mediante cupones.	20/10/25	14/11/25	cuatro Semana	Todos los integrantes del equipo		Se desarrolló la propuesta para elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere los criterios y herramientas para poder realizarlo	COMUNICACIÓN	6	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador para posteriormente elaborar el video de la presentación del proyecto		17/11/25	05/12/25	Tres Semana			Se prepara la presentación previa del proyecto integrador
PLAN DE ACCIÓN																																																																															
FASES	No.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN		DURACIÓN	RESPONSABLE	ESTATUS	OBSERVACIÓN																																																																						
				INICIAL	FINAL																																																																										
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Selección de Dulcería La Bravie como empresa de estudio para identificar problemas en sus estrategias de marketing y ventas.	18/08/25	22/08/25	Una semana	Todos los integrantes del equipo	concluido	Se determinó la empresa para desarrollar la investigación considerando los tiempos y información alcance.																																																																						
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática y posible solución	Definir la problemática principal: baja visibilidad y promoción limitada en las redes sociales. Propuestas: plan de marketing digital para mejorar alcance y ventas.	25/08/25	05/09/25	Dos semana	Todos los integrantes del equipo	concluido	Se determinó la problemática detectada en la empresa, la cual se describió claramente con los integrantes del grupo de investigación.																																																																						
DESARROLLO	3	Conoce tu empresa (Antecedentes históricos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura orgánica	Investigación de los antecedentes de la empresa: actividad, giro, historia, misión, visión, logros, objetivos, metas, estructura organizativa.	06/09/25	12/09/25	Una semana	Todos los integrantes del equipo		Se determinó los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio																																																																						
	4	Elaboración del Marco Referencial Antecedentes, Marco teórico y Marco Conceptual	Revisión de artículos de marketing digital, estrategias de posicionamiento, análisis de competencia, etc.	22/09/25	17/10/25	cuatro semana	Todos los integrantes del equipo		Se investigó todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución con la empresa.																																																																						
	5	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Criptón en donde se establecen los pasos seguir para su desarrollo	Desarrollo de una propuesta de marketing digital: creación de redes sociales, promociones mensuales y fidelización de clientes mediante cupones.	20/10/25	14/11/25	cuatro Semana	Todos los integrantes del equipo		Se desarrolló la propuesta para elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere los criterios y herramientas para poder realizarlo																																																																						
COMUNICACIÓN	6	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador para posteriormente elaborar el video de la presentación del proyecto		17/11/25	05/12/25	Tres Semana			Se prepara la presentación previa del proyecto integrador																																																																						

9.1.-Gráfica de Gantt.



Página 1

Página 2

9.2.-Programas, asignaturas, objetivos y temas.

Asignatura Contabilidad Objetivos

- Hacer un plan de acción
- Subir ventas
- Tener mas publicidad

Temas Marketing Estados financieros básicos

9.3.-Triptico



1. Primera cara (portada del tríptico) -Lado izquierdo

- Muestra dos ositos de goma decorativos.
- Texto que explica el análisis del equipo sobre el marketing de la "Dulcería La Estrella".
- Concluye que las ventas son bajas por falta de

marketing.

- Propone estrategias como:
Redes sociales más activas
Publicidad pagada en redes
Google My Business
Alianza con comercios locales
Sorteos y rifas en redes sociales

-Centro (parte institucional)

- Lleva el logotipo textual de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Menciona que pertenece al Equipo 1, integrado por:

Ivana Sánchez Gómez

Bryan Sarracino Sarracino

Marving Carrera Bravata

Samuel Zumarraga Magaña

Itzel Fernanda Torres Vargas

- Asignatura: Contabilidad.

- Incluye íconos decorativos (estrellas, huellas, siluetas humanas).

- Lado derecho (portada principal)

- Encabezado: “Dulcería La Estrella”.
- Eslogan: “¡La dulzura que ya conoces ahora mejorada!”
- Fondo con colores suaves, confeti y dulces ilustrados (paleta, caramelo, osito).
- Es la parte más colorida y atractiva: invita a conocer la dulcería.



2. Segunda cara (interior del tríptico)

-Lado izquierdo

- Título: “Mejora tu marketing con nosotros”.
- Explica los servicios que ofrece la empresa:

Diseño de logotipos

Creación de logos memorables

Diseño de material publicitario

Rediseño de marca para empresas existentes.

	<ul style="list-style-type: none">• Incluye imágenes de ositos de goma de colores como decoración. <p>-Centro</p> <ul style="list-style-type: none">• Título: “¿Por qué elegirnos?”• Ventajas destacadas: <p>Diseños únicos que cuentan la historia de la marca Trabajo cercano con el cliente Experiencia de más de 12 años Resolución de dudas del cliente</p> <ul style="list-style-type: none">• Subtítulo: “Haz que tu marca se destaque”• Ofrecen logotipos, identidad corporativa y material publicitario.• Imagen de un espectacular publicitario rojo con el texto: “Tradición en cada caramelo, México en cada mordida”. <p>-Lado derecho</p> <ul style="list-style-type: none">• Presenta cinco círculos con frases:• Atrae y retén clientes• Incremento de ventas• Desarrolla tu reputación• Adapta tendencias• En la parte inferior: <p>Título: “¡Contacta con nosotros hoy mismo!” Información de contacto: Teléfono: (123) 456-7890 Email: contacto@marketing.com Redes sociales: @MarketingInspiración</p>
9.4.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.	<p>Fuente :</p> <p>https://dulcerialaestrella.com.mx/</p> <ul style="list-style-type: none">• La Dulcería La Estrella de México es un emblema del sabor tradicional mexicano, reconocida por su amplia variedad de dulces típicos que celebran la riqueza cultural del país. Fundada con el propósito de preservar y compartir las recetas artesanales que han pasado de generación en generación, esta dulcería ofrece desde coloridos mazapanes y tamarindos enchilados hasta cocadas, alegrías y obleas con cajeta. Cada producto

	<p>refleja el cariño y la autenticidad de la cocina mexicana, convirtiendo a La Estrella de México en un destino favorito tanto para locales como para visitantes que buscan un pedacito de México en cada bocado.</p> <ul style="list-style-type: none">• A pesar de su arraigo cultural y la calidad artesanal de sus productos, Dulcería La Estrella de México enfrenta limitaciones para expandirse a nuevos territorios. Estas barreras incluyen la falta de infraestructura logística para distribución a gran escala, la competencia con marcas industriales que dominan el mercado, y los altos costos de certificaciones sanitarias y permisos necesarios para operar fuera de su región. Además, al centrarse en métodos tradicionales de producción, la empresa prioriza la autenticidad sobre la automatización, lo que dificulta aumentar la capacidad sin comprometer la esencia de sus dulces. Esta tensión entre preservar lo artesanal y crecer comercialmente representa uno de sus mayores desafíos.• La Dulcería La Estrella de México se ve limitada en su alcance al público principalmente por la escasa inversión en estrategias publicitarias efectivas. Al no contar con campañas de difusión en medios digitales, redes sociales o espacios comerciales, su presencia queda restringida a quienes ya conocen la marca por tradición o cercanía geográfica. Esta falta de visibilidad impide que nuevos consumidores descubran sus productos, especialmente en un mercado saturado por marcas más grandes con presencia constante en anuncios, colaboraciones y plataformas en línea. Además, la ausencia de una identidad visual sólida y de contenido atractivo que conecte emocionalmente con el público joven o internacional reduce su capacidad de posicionarse como una opción competitiva fuera de su entorno local.• La inversión en mercadotecnia sería clave para que Dulcería La Estrella de México superara sus limitaciones de alcance y conectara con nuevos públicos. Al desarrollar campañas estratégicas en redes sociales, plataformas digitales y medios locales, la empresa podría visibilizar sus productos más allá de su entorno inmediato, destacando su valor cultural y artesanal. Una identidad visual atractiva, contenido que celebre las tradiciones mexicanas y colaboraciones con influencers o marcas afines permitirían posicionar sus dulces como símbolos de orgullo nacional. Además, al
--	--

	<p>segmentar sus mensajes según distintos públicos — como turistas, jóvenes o comunidades mexicanas en el extranjero— la dulcería podría generar vínculos emocionales y abrir nuevas oportunidades de expansión comercial.</p>
9.5.-Organización de la información y las fuentes consultadas.	<p>Documentos internos:</p> <p>FUENTE:</p> <p>1. Zenvia. (s.f.). Lluvia de ideas. Zenvia. Recuperado de https://www.zenvia.com/es/blog/lluvia-de-ideas/</p> <p>2. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN). (2021). El marketing digital y su influencia en la toma de decisiones del consumidor en empresas nicaragüenses. Recuperado de: https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/8576/1/18811.pdf</p> <p>3. Universidad de Lima. (2021). Análisis de las estrategias de marketing digital en empresas peruanas del sector retail. Recuperado de : https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.1</p> <p>4. Dulcería La Estrella. (s.f.). Dulcería La Estrella. Recuperado de [https://dulcerialaestrella.com.mx/] (https://dulcerialaestrella.com.mx/)</p> <p>5. Single Grain. (2020). 17 campañas de marketing digital de éxito que puedes copiar. Recuperado de: https://www.singlegrain.com/es/marketing-101/17-</p>
9.6.-Presentación del reporte en Word	<p>Portada: nombre del proyecto, nombre de la institución, nombres de los integrantes del equipo y nombres de los maestros.</p> <p>Índice del proyecto en donde se presenten las tres fases del proyecto: fase de preparación, fase de desarrollo y fase de comunicación.</p>
10.- Fase de Comunicación	

<p>10.1.-Power Point</p>	 <p>UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO "ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"</p> <h1>PROYECTO</h1> <p>Ivana Sánchez Gómez Bryan Sarracino Sarracino Marving Carrera Bravata Samuel Zumarraga Magaña Itzel Fernanda Torres Vargas</p> <p>MATERIA : CONTABILIDAD</p> <p>EQUIPO 1</p> <p style="text-align: center;">ÍNDICE</p> <ul style="list-style-type: none"> INTRODUCCIÓN ANTECEDENTES LA PROBLEMÁTICA POSIBLE SOLUCION PROPIUESTA CONCLUSIÓN RECOMENDACIONES ANEXOS
<p>10.2.- Análisis de la problemática</p>	<p>1. ¿Por qué la empresa no está a la vanguardia? Falta de innovación, Resistencia al cambio, Poca inversión en digitalización.</p> <p>2. ¿Por qué no está a la altura del mercado? Estrategias de Marketing desactualizadas, Falta de alianzas estratégicas.</p> <p>3. ¿De qué manera contribuye la industria de los dulces a la economía local en México? Aporta el PIB manufacturero, Impulsa economías regionales, Fomenta encadenamientos productivos.</p>

Mejora tu marketing con nosotros.

Diseño de Logotipos
Creación de logos memorables que resuman la esencia de tu marca.

Diseño de Material Publicitario
para captar la atención de tu público.

Rediseño de Marca
Si ya tienes una marca, pero sientes que necesitas te ayudamos o renovarla.

Haz que tu marca se destaque

- Diseños únicos que cuenten tu historia
- Trabajamos contigo a cada paso.
- Resolvemos tus dudas y los adoramos.
- Gran experiencia trabajando con más de 12 años en el mercado.

¿Por qué elegirnos?

- Logotipos
- Identidad corporativa
- Material publicitario



Atrae y retén clientes

Incremento de ventas

Desarrolla tu reputación

Adapta tendencias

¡Contacta con nosotros hoy mismo!

Teléfono: (123) 456-7890
Email: contacto@marketing.com
Redes Sociales: @MarketingInspiración

10.3.-El costo	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Concepto</th><th>Costo</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Computadora</td><td>\$21,000</td></tr> <tr> <td>Papelería</td><td>\$220</td></tr> <tr> <td>Uso del internet y tiempo aire</td><td>\$300</td></tr> <tr> <td>Otros materiales</td><td>\$650</td></tr> <tr> <td>Total:</td><td>\$23,170</td></tr> </tbody> </table>			Concepto	Costo	Computadora	\$21,000	Papelería	\$220	Uso del internet y tiempo aire	\$300	Otros materiales	\$650	Total:	\$23,170
Concepto	Costo														
Computadora	\$21,000														
Papelería	\$220														
Uso del internet y tiempo aire	\$300														
Otros materiales	\$650														
Total:	\$23,170														
10.4.-Fuentes de financiamiento	<table> <thead> <tr> <th>Institución</th><th>Nombre del programa</th><th>Página electrónica</th></tr> </thead> </table>			Institución	Nombre del programa	Página electrónica									
Institución	Nombre del programa	Página electrónica													
	BBVA	Pídelas y recibe mas	https://www.bbva.mx/solicitar-tarjeta-de-credito/?cid=dis:pmx:pmx:00053379-double_play-tar-dom_ap_para_hoy_exp_may25-perf-banner::::nsban::google_pmax:&gad_source=1&gad_campaignid=22701631812&gbraid=0AAAAACUnbE2dT78LsWoo7nlgBl8rL3uwt&gclid=EAIalQobChMI8JilosjtkAMVjAxECB0J7iuPEAYASAAEgK7y_D_BwE												
	BANORTE	Asistencia cuidado y protección Banorte	https://www.banorte.com/wps/portal/banorte/Home/ayuda/												
	NU	Ayuda al mejor servicio	https://nu.com.mx/												
	Nacional financiera	Capital del emprendedor	https://www.nafin.com/portalnf/conten/banca-de-empresas/capital/capital_emprendedor.html												

10.5.-El impacto	<p>El proyecto "Mas estrella en el cielo de México" La implementación de estrategias de marketing digital, identidad visual y promoción permitirá aumentar la visibilidad del negocio, atraer nuevos consumidores y fidelizar a los actuales.</p> <p>A continuación, se describe el impacto en tres horizontes de tiempo:</p> <p>A corto plazo (0 a 6 meses):</p> <ul style="list-style-type: none">• Se crea una identidad visual coherente (logo, colores y eslogan) que refuerza el reconocimiento de la marca.• Se abren perfiles oficiales en redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) para difundir los productos y promociones.• Se implementa un calendario de publicaciones con contenido atractivo y constante.• Se capacita al personal en atención al cliente y manejo de redes sociales.• Se logra una mayor interacción con la comunidad local y un aumento inicial en las ventas. <p>A mediano plazo (6 meses a 1 año):</p> <ul style="list-style-type: none">• La empresa consolida su presencia digital mediante campañas publicitarias pagadas y colaboraciones con negocios locales.• Se lanza una página web sencilla con catálogo de productos e información de contacto.• Se establecen estrategias de fidelización, como descuentos, sorteos o programas de puntos.• Se analiza el comportamiento del mercado para ajustar las estrategias de comunicación.• Se observa un crecimiento en la base de clientes y una mejora en la percepción de la marca. <p>A largo plazo (1 a 3 años):</p> <ul style="list-style-type: none">• Se consolidará una estrategia de marketing integral que combine medios digitales, publicidad local y participación en eventos.• La empresa tendrá capacidad para expandirse a nuevos mercados o abrir puntos de venta adicionales.• Se fomentará una cultura empresarial orientada al cliente, basada en la innovación y la comunicación efectiva.• A largo plazo, el negocio alcanzará un crecimiento sostenido en ventas, reputación y competitividad dentro del mercado.
------------------	--

10.6.-La forma de evaluación

<p>Universidad Juárez Autónoma de Tabasco División de Ciencias Económico Administrativas (CUC)</p> <p>AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE Competencias Transversales Genéricas</p> <p>Fecha: _____</p> <p>Grupo: <u>AFLE</u> Asignatura: <u>Contabilidad</u></p> <p>Nombre del estudiante: _____</p> <p>La siguiente rúbrica tiene como objetivo observar el nivel que has alcanzado en el desarrollo de competencias actitudinales acordes a tu perfil profesional durante el ciclo febrero-agosto 2018, por lo que te pedimos seas muy honesto al autoevaluarte. Utiliza la siguiente escala:</p> <table style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">PONDERACIÓN</th> <th style="text-align: center;">VALORACIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">AUTÓNOMO</td> <td style="text-align: center;">10</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">DESTACADO</td> <td style="text-align: center;">9</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">SATISFACTORIO</td> <td style="text-align: center;">8</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">DEFICIENTE</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </tbody> </table> <p>Nota: Algunos datos, categorías y/o dimensiones de desempeño, fueron adaptados sólo para fines educativos del Diplomado en Competencias Docentes impartido en la DACEA-UJAT (Pantoja y Perazzo, 2017); Rúbricas para la evaluación de competencias (Alsina [Coord.], Alsina, et al., 2013) y del blog RECURSOSSEP (2017) en https://www.recursosep.com/2017/06/18/rubricas-para-la-evaluacion-del-alumnado-version-editable/. El diseño del formato fue realizado en Formatos Rubistar en http://rubistar.4teachers.org/index.php</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #ffffcc;">Aspectos conductuales</th> <th style="background-color: #ffffcc;">Deficiente 0</th> <th style="background-color: #ffffcc;">Satisfactorio 8</th> <th style="background-color: #ffffcc;">Destacado 9</th> <th style="background-color: #ffffcc;">Autónomo 10</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Aprendizaje</td> <td>Me cuesta trabajo asimilar los conocimientos aportados por el profesor y de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas y mucho menos en tomas de decisión más complejas.</td> <td>Logro asimilar parte de los conocimientos aportados por el profesor y trato de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas, pero me cuesta aplicarlos en tomas de decisión más complejas.</td> <td>Asimilo muy bien los conocimientos aportados por el profesor siendo capaz de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas, pero requiero mejorar en tomas de decisión más complejas.</td> <td>Asimilo de manera ejemplar los conocimientos aportados por el profesor siendo capaz de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas y en tomas de decisión más complejas.</td> </tr> <tr> <td>Contribuciones académicas</td> <td>Casi nunca proporciono ideas útiles cuando participo en el grupo y en discusiones en clase. Me rehúso a participar.</td> <td>Logro proporcionar algunas ideas útiles cuando participo en el grupo y en discusiones en clase. Un miembro satisfactorio del grupo que hace lo que se le pide.</td> <td>Proporciono ideas útiles cuando participo en el grupo y en discusiones en clase. Soy un miembro fuerte del grupo que se esfuerza.</td> <td>Proporciono de manera ejemplar ideas útiles cuando participo en el grupo y en la discusión en clase. Soy un líder definido que contribuye sin mucho esfuerzo.</td> </tr> <tr> <td>Responsabilidad</td> <td>A menudo olvido el material necesario y no estoy dispuesto a trabajar en clase. No entrego en tiempo y forma las tareas asignadas.</td> <td>Algunas veces traigo el material necesario a clase y dependo de los demás para estar dispuesto a trabajar. La entrega en tiempo y forma de las tareas asignadas es regular.</td> <td>Casi siempre traigo a clase todo el material solicitado y estoy dispuesto a trabajar. Pocas veces fallo en la entrega de tareas asignadas.</td> <td>Cumplio con todo el material solicitado en clase y estoy listo para trabajar. Entrego en tiempo y forma las tareas asignadas.</td> </tr> <tr> <td>Escucha activa y</td> <td>Rara vez escucho, comarto y apoyo el esfuerzo de otros. No soy un miembro con iniciativa en el grupo.</td> <td>A veces escucho, comarto y apoyo el esfuerzo de otros, pero me cuesta tener iniciativa dentro del grupo.</td> <td>La mayoría de las veces escucho, comarto y apoyo el esfuerzo de otros. No causo "problemas" ni buceo tener.</td> <td>Mantengo una escucha activa, comarto y apoyo el esfuerzo de otros. Trato de mantener la unión entre todos teniendo iniciativa con</td> </tr> </tbody> </table> <p>dad: todo correcto</p>	PONDERACIÓN	VALORACIÓN	AUTÓNOMO	10	DESTACADO	9	SATISFACTORIO	8	DEFICIENTE	0	Aspectos conductuales	Deficiente 0	Satisfactorio 8	Destacado 9	Autónomo 10	Aprendizaje	Me cuesta trabajo asimilar los conocimientos aportados por el profesor y de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas y mucho menos en tomas de decisión más complejas.	Logro asimilar parte de los conocimientos aportados por el profesor y trato de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas, pero me cuesta aplicarlos en tomas de decisión más complejas.	Asimilo muy bien los conocimientos aportados por el profesor siendo capaz de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas, pero requiero mejorar en tomas de decisión más complejas.	Asimilo de manera ejemplar los conocimientos aportados por el profesor siendo capaz de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas y en tomas de decisión más complejas.	Contribuciones académicas	Casi nunca proporciono ideas útiles cuando participo en el grupo y en discusiones en clase. Me rehúso a participar.	Logro proporcionar algunas ideas útiles cuando participo en el grupo y en discusiones en clase. Un miembro satisfactorio del grupo que hace lo que se le pide.	Proporciono ideas útiles cuando participo en el grupo y en discusiones en clase. Soy un miembro fuerte del grupo que se esfuerza.	Proporciono de manera ejemplar ideas útiles cuando participo en el grupo y en la discusión en clase. Soy un líder definido que contribuye sin mucho esfuerzo.	Responsabilidad	A menudo olvido el material necesario y no estoy dispuesto a trabajar en clase. No entrego en tiempo y forma las tareas asignadas.	Algunas veces traigo el material necesario a clase y dependo de los demás para estar dispuesto a trabajar. La entrega en tiempo y forma de las tareas asignadas es regular.	Casi siempre traigo a clase todo el material solicitado y estoy dispuesto a trabajar. Pocas veces fallo en la entrega de tareas asignadas.	Cumplio con todo el material solicitado en clase y estoy listo para trabajar. Entrego en tiempo y forma las tareas asignadas.	Escucha activa y	Rara vez escucho, comarto y apoyo el esfuerzo de otros. No soy un miembro con iniciativa en el grupo.	A veces escucho, comarto y apoyo el esfuerzo de otros, pero me cuesta tener iniciativa dentro del grupo.	La mayoría de las veces escucho, comarto y apoyo el esfuerzo de otros. No causo "problemas" ni buceo tener.	Mantengo una escucha activa, comarto y apoyo el esfuerzo de otros. Trato de mantener la unión entre todos teniendo iniciativa con
PONDERACIÓN	VALORACIÓN																																		
AUTÓNOMO	10																																		
DESTACADO	9																																		
SATISFACTORIO	8																																		
DEFICIENTE	0																																		
Aspectos conductuales	Deficiente 0	Satisfactorio 8	Destacado 9	Autónomo 10																															
Aprendizaje	Me cuesta trabajo asimilar los conocimientos aportados por el profesor y de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas y mucho menos en tomas de decisión más complejas.	Logro asimilar parte de los conocimientos aportados por el profesor y trato de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas, pero me cuesta aplicarlos en tomas de decisión más complejas.	Asimilo muy bien los conocimientos aportados por el profesor siendo capaz de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas, pero requiero mejorar en tomas de decisión más complejas.	Asimilo de manera ejemplar los conocimientos aportados por el profesor siendo capaz de integrar, ampliar y aplicar éstos en tomas de decisión sencillas y en tomas de decisión más complejas.																															
Contribuciones académicas	Casi nunca proporciono ideas útiles cuando participo en el grupo y en discusiones en clase. Me rehúso a participar.	Logro proporcionar algunas ideas útiles cuando participo en el grupo y en discusiones en clase. Un miembro satisfactorio del grupo que hace lo que se le pide.	Proporciono ideas útiles cuando participo en el grupo y en discusiones en clase. Soy un miembro fuerte del grupo que se esfuerza.	Proporciono de manera ejemplar ideas útiles cuando participo en el grupo y en la discusión en clase. Soy un líder definido que contribuye sin mucho esfuerzo.																															
Responsabilidad	A menudo olvido el material necesario y no estoy dispuesto a trabajar en clase. No entrego en tiempo y forma las tareas asignadas.	Algunas veces traigo el material necesario a clase y dependo de los demás para estar dispuesto a trabajar. La entrega en tiempo y forma de las tareas asignadas es regular.	Casi siempre traigo a clase todo el material solicitado y estoy dispuesto a trabajar. Pocas veces fallo en la entrega de tareas asignadas.	Cumplio con todo el material solicitado en clase y estoy listo para trabajar. Entrego en tiempo y forma las tareas asignadas.																															
Escucha activa y	Rara vez escucho, comarto y apoyo el esfuerzo de otros. No soy un miembro con iniciativa en el grupo.	A veces escucho, comarto y apoyo el esfuerzo de otros, pero me cuesta tener iniciativa dentro del grupo.	La mayoría de las veces escucho, comarto y apoyo el esfuerzo de otros. No causo "problemas" ni buceo tener.	Mantengo una escucha activa, comarto y apoyo el esfuerzo de otros. Trato de mantener la unión entre todos teniendo iniciativa con																															

			regular:	
	Escucha activa y proactividad	Rara vez escucho, comparto y apoyo el esfuerzo de otros. No soy un miembro con iniciativa en el grupo.	A veces escucho, comparto y apoyo el esfuerzo de otros, pero me cuesta tener iniciativa dentro del grupo.	La mayoría de las veces escucho, comparto y apoyo el esfuerzo de otros. No causo "problemas" y busco tener iniciativa en el grupo.
	Actitud en el trabajo cooperativo/collaborativo	Criticó sin argumentos válidos las acciones de los otros miembros del equipo/grupo. No muestro una actitud positiva hacia el trabajo cooperativo/collaborativo.	Muchas veces critico sin argumentos válidos las acciones de los otros miembros del equipo/grupo, pero me esfuerzo por tener una actitud positiva hacia el trabajo cooperativo/collaborativo.	Rara vez critico sin argumentos válidos las acciones de los otros miembros del equipo/grupo. Se me facilita tener una actitud positiva hacia el trabajo cooperativo/collaborativo.
	Calidad en las actividades y ética profesional	Proporciono evidencias que, por lo general, necesitan ser comprobadas o rechazadas por otros para asegurar su calidad. No soy ético en el uso de las TIC y/o información en general.	Proporciono evidencias que requieren ser algunas veces comprobadas y muy pocas veces rechazadas por otros miembros del grupo para asegurar su calidad. Rara vez soy ético en el uso de las TIC y/o información en general.	Proporciono evidencias que rara vez requieren ser comprobadas por otros miembros del grupo para asegurar su calidad. Soy ético en el uso de las TIC y/o información en general pues procuro referenciar a los autores.
	Resolución de Conflictos	No busco solucionar o ayudar. Prefiero dejar a otros resolver y hacer el trabajo.	Algunas veces busco solucionar o ayudar, pero no me gusta escuchar propuestas de otros.	Propongo soluciones y algunas veces acepto escuchar propuestas de otros.
	Habilidades sociales	Interactúo con dificultad, necesitando ayuda para mantener actitudes respetuosas.	Interactúo manteniendo una actitud respetuosa hacia otros puntos de vista.	Interactúo con empatía y autocontrol, manteniendo una actitud respetuosa hacia otros puntos de vista.
	Planificación de las actividades y recursos	Uso los materiales y los recursos disponibles con dificultad y sin ajustarme al plazo previsto.	Uso los materiales y los recursos disponibles con cierta dificultad para ajustarme al plazo previsto.	Uso los materiales y los recursos disponibles de acuerdo con el procedimiento establecido por el grupo, ajustándome al plazo previsto.
	Interpretación y Comunicación de la Información	Demuestro dominio bajo del contenido requerido y expreso con muchos errores, tanto en forma oral como escrita.	Demuestro dominio regular del contenido requerido y expreso con algunos errores de forma tanto oral como escrita.	Demuestro buen dominio del contenido requerido y lo expreso de forma coherente tanto oral como por escrito.
				Demuestro un dominio ejemplar del contenido requerido al citar autores, fechas, etc. y lo expreso de forma coherente tanto oral como por escrito.

De acuerdo al nivel de desempeño alcanzado en cada una, registra tus resultados y reflexiona sobre éstos.

Aspectos conductuales	Ponderación	Valoración	Reflexión
Aprendizaje	8		Las explicaciones deben ser mas entendibles, ampliar un poco más los temas y que sean mejores explicados.
Contribuciones académicas	9		Proporciono buenas ideas al equipo, apoyo para que todos aportemos ideas y reparto tareas.
Aspectos conductuales	Ponderación	Valoración	Reflexión
Responsabilidad	10		Siempre cumple con mis responsabilidades.

zialidad: todo correcto



			Escucho siempre la opinión de todos y aportó opiniones. Mantengo siempre la unión y el trabajo.	
	Escucha activa y proactividad	10		
	Trabajo cooperativo/collaborativo	9		Siempre tengo argumentos, colabro y aporto mi opinión si no veo algo que este bien o no vaya de acuerdo al tema.
			Aspectos conductuales	Ponderación Valoración Reflexión
	Calidad del Trabajo	9		Busco siempre hacer un buen trabajo y tener buena información. Que mis trabajos sean buenos y de calidad.
	Resolución de Conflictos	8		Trato de resolver conflictos y que siempre pueda estar bien con mis compañeros. Hacer buenos trabajos y presentables.
	Habilidades sociales	8		Soy respetuosa, mantengo una actitud positiva y tengo empatía.
			Aspectos actitudinales	Ponderación Valoración Reflexión
	Planificación de las actividades y recursos	9		Planifico y organizo mis actividades.
	Interpretación y Comunicación de la Información	8		Interpreto mis actividades y mantengo una comunicación con buena información.

10.7.-Rúbrica	<p style="text-align: center;">Rúbrica Exposición Oral del Problema</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>Categorías</th><th>Sobresaliente 3</th><th>Notable 2</th><th>Aprobado 1</th><th>Insuficiente 0</th><th>Total</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Presentación General</td><td>El material respeta todos los puntos solicitados y el aspecto visual resulta muy atractivo.</td><td>El material respeta casi todos los puntos solicitados y el aspecto visual resulta muy atractivo.</td><td>El material respeta algunos de los puntos solicitados y el aspecto visual es aceptable.</td><td>El material no respeta los puntos solicitados y el aspecto visual no resulta atractivo.</td><td></td></tr> <tr> <td>Aspectos formales</td><td>La exposición fue atractiva, se respetó el tiempo de exposición, se observó control de los nervios al interactuar frente al grupo.</td><td>La exposición fue atractiva, se respetó el tiempo de exposición, aunque se observó cierto nerviosismo al interactuar frente al grupo.</td><td>La exposición fue atractiva, aunque no se respetó el tiempo de exposición, y se manifestó bastante nerviosismo al interactuar frente al grupo.</td><td>La exposición no fue atractiva, no se respetó el tiempo de exposición, no se observó control de los nervios al interactuar frente al grupo.</td><td></td></tr> <tr> <td>Contenidos</td><td>Se demuestra un completo dominio del contenido tratado y utiliza un correcto vocabulario científico.</td><td>Se demuestra un buen dominio del contenido tratado y utiliza normalmente un correcto vocabulario científico.</td><td>Se demuestra un buen dominio de la mayoría del contenido, pero utiliza un vocabulario específico muy básico.</td><td>Se demuestra muchas lagunas en relación con los contenidos y el vocabulario es muy pobre.</td><td></td></tr> <tr> <td>Recursos multimedia</td><td>Utilizan abundantes recursos visuales consiguiendo captar la atención del grupo.</td><td>Utilizan algunos recursos visuales que refuerzan el contenido y consiguen captar la atención del grupo.</td><td>Utilizan escasos recursos visuales para reforzar el contenido y captar la atención del grupo.</td><td>No utilizan elementos gráficos que complementen la exposición.</td><td></td></tr> <tr> <td>Trabajo en equipo</td><td>Se muestra planificación y trabajo cooperativo/collaborativo. Todos exponen con calidad y participan por igual.</td><td>Todos los miembros demuestran conocer la exposición global y todos exponen, aunque la calidad de la participación varía.</td><td>La exposición muestra cierta planificación entre los miembros. Todos exponen, pero no en el mismo nivel.</td><td>Demasiada individualidad no se ve el trabajo cooperativo/collaborativo. No todos los miembros del equipo exponen.</td><td></td></tr> <tr> <td align="right" data-bbox="1258 756 1356 777" style="text-align: right;">Puntaje Total</td><td align="right" data-bbox="1356 756 1421 777"></td><td align="right" data-bbox="1421 756 1472 777"></td><td align="right" data-bbox="1472 756 1486 777"></td><td align="right" data-bbox="1486 756 1501 777"></td><td align="right" data-bbox="1501 756 1517 777"></td></tr> </tbody> </table> <p><i>Nota:</i> Rúbrica tomada por la Dra. Minerva Camacho Javier sólo para fines didácticos de Creación de Recursos Educativos Abiertos (CREA). Recuperado el 28 de enero de 2019 de https://www.slideshare.net/proyectocrea/rubrica-de-exposicion-oral-en-equipo.</p>	Categorías	Sobresaliente 3	Notable 2	Aprobado 1	Insuficiente 0	Total	Presentación General	El material respeta todos los puntos solicitados y el aspecto visual resulta muy atractivo.	El material respeta casi todos los puntos solicitados y el aspecto visual resulta muy atractivo.	El material respeta algunos de los puntos solicitados y el aspecto visual es aceptable.	El material no respeta los puntos solicitados y el aspecto visual no resulta atractivo.		Aspectos formales	La exposición fue atractiva, se respetó el tiempo de exposición, se observó control de los nervios al interactuar frente al grupo.	La exposición fue atractiva, se respetó el tiempo de exposición, aunque se observó cierto nerviosismo al interactuar frente al grupo.	La exposición fue atractiva, aunque no se respetó el tiempo de exposición, y se manifestó bastante nerviosismo al interactuar frente al grupo.	La exposición no fue atractiva, no se respetó el tiempo de exposición, no se observó control de los nervios al interactuar frente al grupo.		Contenidos	Se demuestra un completo dominio del contenido tratado y utiliza un correcto vocabulario científico.	Se demuestra un buen dominio del contenido tratado y utiliza normalmente un correcto vocabulario científico.	Se demuestra un buen dominio de la mayoría del contenido, pero utiliza un vocabulario específico muy básico.	Se demuestra muchas lagunas en relación con los contenidos y el vocabulario es muy pobre.		Recursos multimedia	Utilizan abundantes recursos visuales consiguiendo captar la atención del grupo.	Utilizan algunos recursos visuales que refuerzan el contenido y consiguen captar la atención del grupo.	Utilizan escasos recursos visuales para reforzar el contenido y captar la atención del grupo.	No utilizan elementos gráficos que complementen la exposición.		Trabajo en equipo	Se muestra planificación y trabajo cooperativo/collaborativo. Todos exponen con calidad y participan por igual.	Todos los miembros demuestran conocer la exposición global y todos exponen, aunque la calidad de la participación varía.	La exposición muestra cierta planificación entre los miembros. Todos exponen, pero no en el mismo nivel.	Demasiada individualidad no se ve el trabajo cooperativo/collaborativo. No todos los miembros del equipo exponen.		Puntaje Total					
Categorías	Sobresaliente 3	Notable 2	Aprobado 1	Insuficiente 0	Total																																						
Presentación General	El material respeta todos los puntos solicitados y el aspecto visual resulta muy atractivo.	El material respeta casi todos los puntos solicitados y el aspecto visual resulta muy atractivo.	El material respeta algunos de los puntos solicitados y el aspecto visual es aceptable.	El material no respeta los puntos solicitados y el aspecto visual no resulta atractivo.																																							
Aspectos formales	La exposición fue atractiva, se respetó el tiempo de exposición, se observó control de los nervios al interactuar frente al grupo.	La exposición fue atractiva, se respetó el tiempo de exposición, aunque se observó cierto nerviosismo al interactuar frente al grupo.	La exposición fue atractiva, aunque no se respetó el tiempo de exposición, y se manifestó bastante nerviosismo al interactuar frente al grupo.	La exposición no fue atractiva, no se respetó el tiempo de exposición, no se observó control de los nervios al interactuar frente al grupo.																																							
Contenidos	Se demuestra un completo dominio del contenido tratado y utiliza un correcto vocabulario científico.	Se demuestra un buen dominio del contenido tratado y utiliza normalmente un correcto vocabulario científico.	Se demuestra un buen dominio de la mayoría del contenido, pero utiliza un vocabulario específico muy básico.	Se demuestra muchas lagunas en relación con los contenidos y el vocabulario es muy pobre.																																							
Recursos multimedia	Utilizan abundantes recursos visuales consiguiendo captar la atención del grupo.	Utilizan algunos recursos visuales que refuerzan el contenido y consiguen captar la atención del grupo.	Utilizan escasos recursos visuales para reforzar el contenido y captar la atención del grupo.	No utilizan elementos gráficos que complementen la exposición.																																							
Trabajo en equipo	Se muestra planificación y trabajo cooperativo/collaborativo. Todos exponen con calidad y participan por igual.	Todos los miembros demuestran conocer la exposición global y todos exponen, aunque la calidad de la participación varía.	La exposición muestra cierta planificación entre los miembros. Todos exponen, pero no en el mismo nivel.	Demasiada individualidad no se ve el trabajo cooperativo/collaborativo. No todos los miembros del equipo exponen.																																							
Puntaje Total																																											
10.8.-Evaluación del plan de acción	<p>Durante el desarrollo del proyecto “Más Estrella en el Cielo de México”, se llevó a cabo un seguimiento continuo de las actividades contempladas en el plan de acción, con el objetivo de evaluar los avances, identificar posibles dificultades y realizar los ajustes necesarios para alcanzar los resultados esperados.</p> <p>A lo largo de la ejecución del proyecto, se mantuvo una bitácora de trabajo en la que se registraron los avances de cada etapa, comprendidos entre el 19 de agosto y el 12 de noviembre.</p> <p>19 de agosto</p> <p>El equipo selecciona y analiza a la empresa “La Flor Tabasco”; se identifican las debilidades en su área de marketing, así como las oportunidades de mejora en su imagen e interacción con los clientes. Se realiza una lluvia de ideas para proponer estrategias que fortalezcan su presencia en redes sociales y aumenten sus ventas.</p> <p>Este registro permitió observar el progreso de las tareas asignadas, controlar los tiempos de ejecución y detectar áreas que requerían ajustes.</p> <p>Durante la evaluación del plan de acción, se identificaron algunos cambios necesarios, entre ellos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reorganización de las tareas de diseño y publicación para equilibrar la carga de trabajo entre los integrantes. • Ajuste de fechas en la implementación de campañas debido a retrasos en la recopilación de materiales visuales. • Mejora de los formatos de contenido digital para lograr una presentación más atractiva y profesional. • Ampliación del plan de difusión, incorporando nuevas plataformas y colaboraciones locales. • Revisión conjunta de las métricas de redes sociales para asegurar que las estrategias estuvieran generando los resultados esperados. <p>Gracias a estos ajustes, el equipo logró mejorar la calidad de las</p>																																										

	estrategias, optimizar los tiempos y obtener una mayor efectividad en la promoción de la marca. La comunicación constante y la retroalimentación entre los integrantes fueron clave para mantener una coordinación adecuada y cumplir con los objetivos propuestos.
10.9.-La bibliografía consultada	Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Fundamentos de marketing (14 ^a ed.). Pearson Educación. <ul style="list-style-type: none">• Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2014). Principios de marketing. McGraw-Hill Interamericana.• Chiavenato, I. (2017). Introducción a la teoría general de la administración (9^a ed.). McGraw-Hill.• Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2019). Marketing. Cengage Learning.• Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad. LID Editorial.• Secretaría de Economía (2023). Guía para el fortalecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas en México. Gobierno de México. Recuperado de: https://www.gob.mx/se• INEGI (2023). Estadísticas sobre micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMES) en México. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx
10.10.-Anexos	

PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR								
FASES	No.	TEMATICA DE INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUSIÓN		TIEMPO ESTIMADO	ESTATUS	OBSERVACIÓN
				INICIAL	FINAL			
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Dulcería la estrella, la problemática es la falta de publicidad .	18/08/25	22/08/25	Una semana	concluido	Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la infomaración alcance.
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática	1. Redes sociales más activas Objetivo: Aumentar la visibilidad y generar confianza. Acciones:	25/08/25	29/08/25	Una semana	concluido	Se determino la problemática detectada en la empresa, la cual se describe daramente con los integrantes del grupo de investigación.
	3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución	Analizar las afectaciones de la apertura de un departamento de mercadotecnia para identificar los efectos positivos en las ganancias	01/09/25	05/09/25	Una semana	Concluido	Se determino la posible solución en la cual se realizo una lluvia de ideas de las propuestas para llevar acabo en lo referente a la posible solución.
	4	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	Giro de la empresa se dedica a la venta de dulces compra y venta La misión de Dulcería La Estrella es satisfacer las necesidades de sus clientes, ofreciéndoles productos de excelente calidad al mejor precio y con el mejor servicio. La visión de Dulcería La Estrella es la mejor cadena de dulces, con la mayor variedad de productos y un posicionamiento a nivel nacional a través de negocios propios y	08/09/25	12/09/25	Una semana	Concluido	Se determino los antecedentes historicos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio
Diseño	5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes	Se investigó sobre antecedentes de estrategias de marketing utilizadas por pequeñas empresas del sector dulero. Enfoque de marketing: Se analizó cómo otras dulcerías locales han logrado posicionarse mediante el uso de redes sociales, promociones y participación en eventos. Esta investigación permitió identificar herramientas efectivas que pueden aplicarse en Dulcería La Estrella para aumentar su alcance y atraer nuevos clientes.	22/09/25	26/09/25	Una semana		Se investigo todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución como empresa.
	6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teorico y Marco Conceptual	Se investigaron y analizaron las bases teóricas del marketing digital, la publicidad en redes sociales y el comportamiento del consumidor. Enfoque de marketing: Definimos conceptos claves como "segmentación del mercado", "posicionamiento de marca" (producto, precio, plaza y promoción). Estos fundamentos servirán para crear una estrategia sólida que impulse la imagen de la Dulcería La Estrella y fortalezca su presencia en el mercado local.	29/09/25	17/10/25	Tres semanas		Se investigara y analizará la información

D	E	F	G	H	I	J	K	L
	6			29/09/25	17/10/25	Tres semanas		
DESARROLLO	7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Cripticos en una serie de pasos propuestos para su desarrollo	Se elaboró una propuesta práctica para resolver la problemática de falta de publicidad. Enfoque de marketing: La propuesta incluye la creación de una campaña digital con contenido visual atractivo, publicaciones semanales, promociones y sorteos en redes sociales. También se sugiere mejorar la presentación del punto de venta con carteles coloridos y empaques personalizados que destaque la marca.	20/10/25	31/10/25	Dos semana		Se desarrollara la propuesta de los pasos a seguir para dar la posible solución a la problemática planteada.
	8	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establecen los pasos a seguir para su desarrollo	Se concluyó la guía con base en los puntos clave recabados durante la investigación. Enfoque de marketing: Determinamos que la mejor estrategia para Dulcería La Estrella es implementar un plan de marketing digital complementado con acciones locales. Esto permitirá mejorar su posicionamiento, incrementar las ventas y fidelizar clientes, aprovechando la tradición y calidad de sus productos.	03/11/25	07/11/25	una Semana		Se desarrollara la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere os criterios y herramientas para poder realizarlo
	9	Conclusión de la Guía para elaboración del proyecto integrador, con el fin de recabar los puntos clave para considerar en el desarrollo de la presentación de su proyecto integrador.	Se concluyo el rpoyecto con el proyecto y se entrego de la forma en la que se pedía siguiendo todas y cada unas de las indicaciones.	10/11/25	14/11/25	Una semana		Finalización de la Guía de elaboración del proyecto integradro e iniciode la conformación de la presentación del proyecto.
COMUNICACIÓN	10	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador	Se conduyo con las diapositivas y se expusieron.	17/11/25	21/11/25	Una semana		Se prepara la presentación previa del proyecto integrador
	11	Preparación del Video	Se esta preparando el video.	24/11/25	28/11/25	Una semana		Se programara la elaboración del video para la integración del proyecto
	12	Presentación del Video		01/12/25	05/12/25	Una semana		Se presentara para su conocimiento

Página 3

1	2	Actividad	Febrero				marzo				ABRIL				MAYO				JUNIO				
3	4		semana		semana		semana		semana		semana		semana		semana		semana		semana		semana		
5	6		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
7	PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática																				
8		2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática																				
9		3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución																				
10		4	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica																				
11	DESARROLLO	5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes																				
12		6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teorico y Marco Conceptual																				
13		7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Cripticos en una serie de pasos propuestos para su desarrollo																				
14		8	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establecen los pasos a seguir para su desarrollo																				
15		9	Conclusión de la Guía para elaboración del proyecto integrador,con el fin de recabar los puntos clave para considerar en el desarrollo de la presentación de su proyecto integrador.																				
16	COMUNICACIÓN	10	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador																				
17		11	Preparación del Video																				
		12	Presentación del Video																				

Página 1

Página 2