

<b>FORMATO PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO</b>	
<b>1.- Equipo:</b>	Equipo 1
<b>2.- Nombre de los integrantes del equipo:</b>	Ivana Sánchez Gómez Bryan Sarracino Sarracino Marving Carrera Bravata Samuel Zumarraga Magaña Itzel Fernanda Torres Vargas
<b>3.- Asignaturas que imparten:</b>	Contabilidad
<b>4.- Nombre del proyecto:</b>	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"> <li>• ¿Por qué la empresa no está a la vanguardia?</li> <li>• ¿Por qué no está a la altura del mercado?</li> <li>• ¿De qué manera contribuye la industria de los dulces a la economía local en México?</li> </ul>
<b>6.- Objetivo:</b>	Nuestro objetivo seria hacer un plan de acción para tener una mayor cantidad de público y así subir las ventas de la empresa.
<b>7.- Tiempo de realización:</b>	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.	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.	Estrategias: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Redes sociales más activas</li> <li>2. Publicidad pagada en redes</li> <li>3. Google My Businees</li> <li>4. Alianza con comercios locales</li> <li>5. Sorteo y rifas en redes sociales</li> </ol>	

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

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR									
FASES	No.	TEMA	DESCRIPCIÓN DEL TEMA	FECHA DE EJECUCIÓN	TIEMPO	ESTATUS	OBSERVACIÓN		
				INICIAL	FINAL	ESTIMADO			
INFORMACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática a resolver.	Dubara La Estrella, problemática en la falta de publicidad.	18/09/21	22/09/21	Una semana	Concluido	Se determinó la empresa para el desarrollo de la investigación considerando los tiempos y la disponibilidad de la información.	
	2	Planteamiento claro de la problemática.	1. Redes sociales más activas. Objetivo: Aumentar la visibilidad y generar confianza. Acciones:	25/09/21	29/09/21	Una semana	Concluido	Se determinó la problemática planteada en la empresa, la cual se describe claramente 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 mercaderías para identificar los efectos positivos en los negocios.	02/10/21	05/10/21	Una semana	Concluido	Se determinó la posible solución en la cual se realizó una lista de ideas de la propuesta para llevar a cabo en la empresa y la posible solución.	
	4	Conoce la empresa (Antecedentes históricos, Actividad o Giro, Mision, Objetivos, metas, estructura organizativa)	Giro de la empresa: tienda de venta de dulces y repostería. Dubara La Estrella es una empresa que necesita de sus clientes para mejorar su calidad al mejor precio y con el mejor servicio. La visión de Dubara La Estrella es la mejor calidad de dulces con la mayor variedad de productos en un ambiente agradable.	08/10/21	12/10/21	Una semana	Concluido	Se determinó los antecedentes históricos de la empresa para conocer los objetivos de estudio.	
ESTRATEGIA	5	Elaboración del Marco Referencial Antecedentes	Se investigó sobre antecedentes de estrategias de marketing utilizadas por pequeñas empresas del sector dulce. Enfoque de marketing: Se analizó como 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 Dubara La Estrella para aumentar su alcance y atraer nuevos clientes.	22/09/21	26/09/21	Una semana		Se investigó todo el antecedente de la empresa, considerando su evolución como empresa.	
	6	Elaboración del Marco Referencial Marco Teórico y Marco Conceptual	Se investigó y analizaron los bases teóricos del marketing digital, la publicidad en redes sociales y el comportamiento del consumidor. Enfoque de marketing: Definimos conceptos claves como "marketing digital", "publicidad en redes sociales", "comportamiento del consumidor". Estos fundamentos servirán para crear una estrategia sólida que impulse la imagen de la Dubara La Estrella y fortalezca su presencia en el mercado local.	29/09/21	03/10/21	Tres semanas		Se investigará y analizará la información.	
	7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Objetivos 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 en redes sociales. También se sugiere mejorar la presentación del punto de venta con carteles coloridos y empaques personalizados que destaquen la marca.	20/10/21	31/10/21	Dos semanas		Se desarrollará la propuesta de los pasos a seguir por dar la posible solución a la problemática planteada.	
	8	Presentación de la posible solución con la existencia de la propuesta de una Guía o Objetivos en donde se establecen los pasos a seguir para su desarrollo	Se elaboró la guía con base en los puntos clave recolectados durante la investigación. Enfoque de marketing: Determinamos que la mejor estrategia para Dubara La Estrella es implementar un marketing digital con contenido en redes sociales. Esto nos permitirá mejorar su posicionamiento, incrementar las ventas y fidelizar clientes, aprovechando la tradición y calidad de sus productos.	08/11/21	09/11/21	una semana		Se desarrollará la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere acciones y herramientas para poder realizarlo.	
	9	Conclusión de la Guía para su desarrollo						Finalización de la Guía de elaboración del proyecto.	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar negocios complementarios (cafeterías, panaderías, tiendas de abarrotes, restaurantes).</li> <li>Ofrecer intercambios:</li> <li>Tú promocionas tus productos y ellos los tuyos.</li> <li>Combos: "Compra aquí y recibe descuento en el socio aliado".</li> <li>Dejar volantes, posters o muestras en los locales aliados.</li> </ul> <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"> <li>Organizar un sorteo mensual. Ejemplo: "Gana un combo de productos".</li> <li>Dinámica sencilla:             <ol style="list-style-type: none"> <li>Seguir la página.</li> <li>Dar like a la publicación.</li> </ol> </li> </ul>

	<p>3. Comentar y etiquetar a 2 amigos.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Usar herramientas gratuitas para elegir ganador (ejemplo: apps de sorteos en Instagram o Facebook).</li><li>• Publicar el resultado en video para transparencia.</li></ul> <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.	<p>Samuel: Community Manager</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñar el calendario de publicaciones en redes sociales.</li><li>• Publicar mínimo 3 veces por semana (fotos, videos, historias).</li><li>• Contestar mensajes y comentarios rápido.</li><li>• Coordinar sorteos y rifas en Facebook/Instagram.</li></ul>

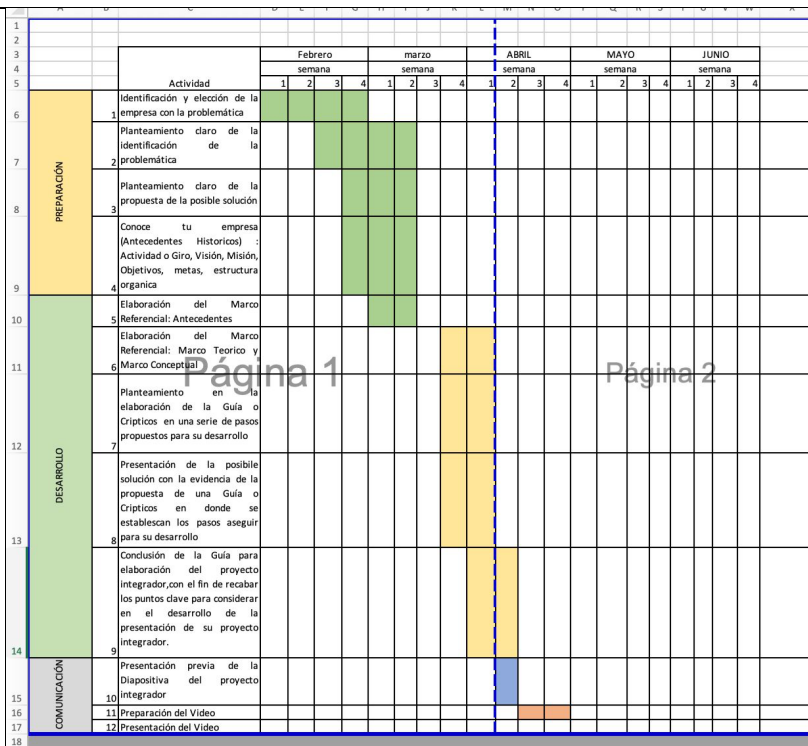
	<p>Ivana : Diseño y Contenido</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tomar y editar fotografías de productos.</li><li>• Grabar y editar videos cortos (Reels, TikToks).</li><li>• Crear imágenes llamativas para promociones o anuncios.</li><li>• Apoyar al Community Manager con material visual.</li>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

	<ul style="list-style-type: none"><li>Recopilar testimonios y fotos de clientes satisfechos.</li><li>Compartir estos testimonios en redes sociales (apoyando al Community Manager).</li></ul>																																																																																							
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 envió, 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><tr><th colspan="10">PLAN DE ACCIÓN</th></tr><tr><th>FASES</th><th>No.</th><th>ACTIVIDAD</th><th>DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN</th><th colspan="2">FECHA DE EJECUCIÓN</th><th>DURACIÓN</th><th>RESPONSABLE</th><th>ESTATUS</th><th>OBSERVACIÓN</th></tr><tr><th></th><th></th><th></th><th></th><th>INICIAL</th><th>FINAL</th><th></th><th></th><th></th><th></th></tr><tr><td rowspan="3">PREPARACIÓN</td><td>1</td><td>Identificación y elección de la empresa con la problemática</td><td>Selección de Dulcería La Estrella 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 determino la empresa para desarrollo de 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 rentabilidad y promoción limitada en redes sociales. Proponer 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 determino la problemática detectada en la empresa, la cual se describirá claramente con los integrantes del grupo de investigación.</td></tr><tr><td>3</td><td>Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica</td><td>Investigación de los antecedentes de Dulcería La Estrella: historia, misión, visión, valores, crecimiento, la competencia.</td><td>08/09/25</td><td>12/09/25</td><td>Una semana</td><td>Todos los integrantes del equipo</td><td></td><td>Se determino los antecedentes historicos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio</td></tr><tr><td rowspan="2">DESARROLLO</td><td>4</td><td>Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes, Marco teorico y Marco Conceptual</td><td>Revisión de teorías de marketing, publicidad digital, estrategias de posicionamiento y fidelización de clientes.</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 investigo todo el antecedente de empresa, considerando su evolución con empresa.</td></tr><tr><td>5</td><td>Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establezcan los pasos seguir para su desarrollo</td><td>Diseño 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 desarrollara la propuesta para elaboración paso a paso de la post solución en donde considere os 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 proyecto integrador</td></tr></table>	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 Estrella 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 determino la empresa para desarrollo de 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 rentabilidad y promoción limitada en redes sociales. Proponer plan de marketing digital para mejorar alcance y ventas.	25/08/25	05/09/25	Dos semana	Todos los integrantes del equipo	concluido	Se determino la problemática detectada en la empresa, la cual se describirá claramente con los integrantes del grupo de investigación.	3	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	Investigación de los antecedentes de Dulcería La Estrella: historia, misión, visión, valores, crecimiento, la competencia.	08/09/25	12/09/25	Una semana	Todos los integrantes del equipo		Se determino los antecedentes historicos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio	DESARROLLO	4	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes, Marco teorico y Marco Conceptual	Revisión de teorías de marketing, publicidad digital, estrategias de posicionamiento y fidelización de clientes.	22/09/25	17/10/25	cuatro semana	Todos los integrantes del equipo		Se investigo todo el antecedente de empresa, considerando su evolución con empresa.	5	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establezcan los pasos seguir para su desarrollo	Diseño 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 desarrollara la propuesta para elaboración paso a paso de la post solución en donde considere os 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 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 Estrella 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 determino la empresa para desarrollo de 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 rentabilidad y promoción limitada en redes sociales. Proponer plan de marketing digital para mejorar alcance y ventas.	25/08/25	05/09/25	Dos semana	Todos los integrantes del equipo	concluido	Se determino la problemática detectada en la empresa, la cual se describirá claramente con los integrantes del grupo de investigación.																																																																															
	3	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	Investigación de los antecedentes de Dulcería La Estrella: historia, misión, visión, valores, crecimiento, la competencia.	08/09/25	12/09/25	Una semana	Todos los integrantes del equipo		Se determino los antecedentes historicos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio																																																																															
DESARROLLO	4	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes, Marco teorico y Marco Conceptual	Revisión de teorías de marketing, publicidad digital, estrategias de posicionamiento y fidelización de clientes.	22/09/25	17/10/25	cuatro semana	Todos los integrantes del equipo		Se investigo todo el antecedente de empresa, considerando su evolución con empresa.																																																																															
	5	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establezcan los pasos seguir para su desarrollo	Diseño 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 desarrollara la propuesta para elaboración paso a paso de la post solución en donde considere os 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 proyecto integrador																																																																															

9.- Fase de Desarrollo

## 9.- Fase de Desarrollo

### 9.1.-Gráfica de Gantt.



### 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"> <li>• Incluye imágenes de ositos de goma de colores como decoración.</li> </ul> <p><b>-Centro</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título: “¿Por qué elegirnos?”</li> <li>• Ventajas destacadas: 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</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subtítulo: “Haz que tu marca se destaque”</li> <li>• Ofrecen logotipos, identidad corporativa y material publicitario.</li> <li>• Imagen de un espectacular publicitario rojo con el texto: “Tradición en cada caramelo, México en cada mordida”.</li> </ul> <p><b>-Lado derecho</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presenta cinco círculos con frases:</li> <li>• Atrae y retén clientes</li> <li>• Incremento de ventas</li> <li>• Desarrolla tu reputación</li> <li>• Adapta tendencias</li> <li>• En la parte inferior:</li> </ul> <p>Título: “¡Contacta con nosotros hoy mismo!”  Información de contacto:  Teléfono: (123) 456-7890  Email: contacto@marketing.com  Redes sociales: @MarketingInspiración</p>
<p>9.4.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.</p>	<p>Fuente :</p> <p><a href="https://dulceriaestrella.com.mx/">https://dulceriaestrella.com.mx/</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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</li> </ul>

	<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"><li>• 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.</li><li>• 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.</li><li>• 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</li></ul>
--	--

	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.
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/](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: <a href="https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/8576/1/18811.pdf">https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/8576/1/18811.pdf</a></p> <p>3. Universidad de Lima. (2021). Análisis de las estrategias de marketing digital en empresas peruanas del sector retail. Recuperado de : <a href="https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.1">https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.1</a></p> <p>4. Dulcería La Estrella. (s.f.). Dulcería La Estrella. Recuperado de [https://dulceriaaestrella.com.mx/](https://dulceriaaestrella.com.mx/)</p> <p>5. Single Grain. (2020). 17 campañas de marketing digital de éxito que puedes copiar. Recuperado de: <a href="https://www.singlegrain.com/es/marketing-101/17-">https://www.singlegrain.com/es/marketing-101/17-</a></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>
<b>10.- Fase de Comunicación</b>	

## 10.1.-Power Point



UNIVERSIDAD JUÁREZ  
AUTÓNOMA DE TABASCO  
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"

# PROYECTO

MATERIA : CONTABILIDAD

Ivana Sánchez Gómez  
Bryan Sarracino Sarracino  
Marving Carrera Bravata  
Samuel Zumarraga Magaña  
Itzel Fernanda Torres Vargas

## EQUIPO 1

### ÍNDICE

- INTRODUCCIÓN
- ANTECEDENTES
- LA PROBLEMÁTICA
- POSIBLE SOLUCION
- PROPUESTA
- CONCLUSION
- RECOMENDACIONES
- ANEXOS

## 10.2.- Análisis de la problemática

1. ¿Por qué la empresa no está a la vanguardia?  
Falta de innovación, Resistencia al cambio, Poca inversión en digitalización.

2. ¿Por qué no está a la altura del mercado?  
Estrategias de Marketing desactualizadas, Falta de alianzas estratégicas.

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.



Como equipo realizamos un análisis sobre el marketing de la dulcería la estrella y llegamos a la conclusión de que sus ventas son bajas ya que carece de marketing.

- Redes sociales más activas
- Publicidad pagada en redes
- Google My Business
- Alianza con comercios locales
- Sorteo y rifas en redes sociales

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

EQUIPO 1

Ivana Sanchez Gomez  
Bryan Sarracino Sarracino  
Marving Carrera Bravata  
Samuel Zumarraga Magaña  
Itzel Fernanda Torres Vargas

Asignatura Contabilidad

DULCERIA LA ESTRELLA

¡La dulcería que ya conoces ahora mejorada!

**Mejora tu marketing con nosotros.**

Diseño de Logotipos  
Creación de logos memorables que reflejan 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 "re-ayudarnos" a renovarla.




**¿Por qué eleguirmos?**

- Diseños únicos que cuentan tu historia
- Trabajamos contigo a cada paso.
- Gran experiencia laboral con más de 12 años en el mercado.
- Resolvemos tus dudas y las aclaramos.

**Haz que tu marca se destaque**

- Logotipos
- Identidad corporativa
- Material publicitario



**Atrae y reten clientes**

**Incremento de ventas**

**Desarrolla tu reputación**

**Adapta tendencias**

**¡Contacta con nosotros hoy mismo!**  
Teléfono: (123) 456-7890  
Email: [contacto@marketing.com](mailto:contacto@marketing.com)  
Redes Sociales: @MarketingInspiración

10.3.-El costo	<table><tr><td>Concepto</td><td>Costo</td></tr><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></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><tr><td>Institución</td><td>Nombre del programa</td><td>Pagina electrónica</td></tr><tr><td>BBVA</td><td>Pídela y recibe mas</td><td><a href="https://www.bbva.mx/solicitar-tarjeta-de-credito/?cid=dis:pmx:pmx:00053379-double_play-tar:om_ap_para_hoy_exp_may25-perf-banner:::nsban::google_pmax::&amp;gad_source=1&amp;gad_campaignid=22701631812&amp;gbraid=0AAAAACUnbE2dT78LsWoo7nlgBI8rL3uwt&amp;gclid=EAlaQobChMI8JilosjtkAMVjAxECB0J7iuPEAAAYASAAEgK7y_D_BwE">https://www.bbva.mx/solicitar-tarjeta-de-credito/?cid=dis:pmx:pmx:00053379-double_play-tar:om_ap_para_hoy_exp_may25-perf-banner:::nsban::google_pmax::&amp;gad_source=1&amp;gad_campaignid=22701631812&amp;gbraid=0AAAAACUnbE2dT78LsWoo7nlgBI8rL3uwt&amp;gclid=EAlaQobChMI8JilosjtkAMVjAxECB0J7iuPEAAAYASAAEgK7y_D_BwE</a></td></tr><tr><td>BANORTE</td><td>Asistencia cuidado y protección Banorte</td><td><a href="https://www.banorte.com/wps/portal/banorte/Home/ayuda/">https://www.banorte.com/wps/portal/banorte/Home/ayuda/</a></td></tr><tr><td>NU</td><td>Ayuda al mejor servicio</td><td><a href="https://nu.com.mx/">https://nu.com.mx/</a></td></tr><tr><td>Nacional financiera</td><td>Capital del emprendedor</td><td><a href="https://www.nafin.com/portalnf/content/banca-de-empresas/capital/capital_emprendedor.html">https://www.nafin.com/portalnf/content/banca-de-empresas/capital/capital_emprendedor.html</a></td></tr></table>			Institución	Nombre del programa	Pagina electrónica	BBVA	Pídela y recibe mas	<a href="https://www.bbva.mx/solicitar-tarjeta-de-credito/?cid=dis:pmx:pmx:00053379-double_play-tar:om_ap_para_hoy_exp_may25-perf-banner:::nsban::google_pmax::&amp;gad_source=1&amp;gad_campaignid=22701631812&amp;gbraid=0AAAAACUnbE2dT78LsWoo7nlgBI8rL3uwt&amp;gclid=EAlaQobChMI8JilosjtkAMVjAxECB0J7iuPEAAAYASAAEgK7y_D_BwE">https://www.bbva.mx/solicitar-tarjeta-de-credito/?cid=dis:pmx:pmx:00053379-double_play-tar:om_ap_para_hoy_exp_may25-perf-banner:::nsban::google_pmax::&amp;gad_source=1&amp;gad_campaignid=22701631812&amp;gbraid=0AAAAACUnbE2dT78LsWoo7nlgBI8rL3uwt&amp;gclid=EAlaQobChMI8JilosjtkAMVjAxECB0J7iuPEAAAYASAAEgK7y_D_BwE</a>	BANORTE	Asistencia cuidado y protección Banorte	<a href="https://www.banorte.com/wps/portal/banorte/Home/ayuda/">https://www.banorte.com/wps/portal/banorte/Home/ayuda/</a>	NU	Ayuda al mejor servicio	<a href="https://nu.com.mx/">https://nu.com.mx/</a>	Nacional financiera	Capital del emprendedor	<a href="https://www.nafin.com/portalnf/content/banca-de-empresas/capital/capital_emprendedor.html">https://www.nafin.com/portalnf/content/banca-de-empresas/capital/capital_emprendedor.html</a>
Institución	Nombre del programa	Pagina electrónica																
BBVA	Pídela y recibe mas	<a href="https://www.bbva.mx/solicitar-tarjeta-de-credito/?cid=dis:pmx:pmx:00053379-double_play-tar:om_ap_para_hoy_exp_may25-perf-banner:::nsban::google_pmax::&amp;gad_source=1&amp;gad_campaignid=22701631812&amp;gbraid=0AAAAACUnbE2dT78LsWoo7nlgBI8rL3uwt&amp;gclid=EAlaQobChMI8JilosjtkAMVjAxECB0J7iuPEAAAYASAAEgK7y_D_BwE">https://www.bbva.mx/solicitar-tarjeta-de-credito/?cid=dis:pmx:pmx:00053379-double_play-tar:om_ap_para_hoy_exp_may25-perf-banner:::nsban::google_pmax::&amp;gad_source=1&amp;gad_campaignid=22701631812&amp;gbraid=0AAAAACUnbE2dT78LsWoo7nlgBI8rL3uwt&amp;gclid=EAlaQobChMI8JilosjtkAMVjAxECB0J7iuPEAAAYASAAEgK7y_D_BwE</a>																
BANORTE	Asistencia cuidado y protección Banorte	<a href="https://www.banorte.com/wps/portal/banorte/Home/ayuda/">https://www.banorte.com/wps/portal/banorte/Home/ayuda/</a>																
NU	Ayuda al mejor servicio	<a href="https://nu.com.mx/">https://nu.com.mx/</a>																
Nacional financiera	Capital del emprendedor	<a href="https://www.nafin.com/portalnf/content/banca-de-empresas/capital/capital_emprendedor.html">https://www.nafin.com/portalnf/content/banca-de-empresas/capital/capital_emprendedor.html</a>																

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

## 10.6.-La forma de evaluación

### Universidad Juárez Autónoma de Tabasco División de Ciencias Económico Administrativas (CUC)

#### AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE Competencias Transversales Genéricas

Fecha: \_\_\_\_\_

Grupo: AFLE

Asignatura: Contabilidad

Nombre del estudiante: \_\_\_\_\_

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:

PONDERACIÓN	VALORACIÓN
AUTÓNOMO	10
DESTACADO	9
SATISFACTORIO	8
DEFICIENTE	0

**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>

Aspectos conductuales	Deficiente 0	Satisfactorio 8	Destacado 9	Autónomo 10
<b>Aprendizaje</b>	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.
<b>Contribuciones académicas</b>	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.
<b>Responsabilidad</b>	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.	Cumplo con todo el material solicitado en clase y estoy listo para trabajar. Entrego en tiempo y forma las tareas asignadas.
<b>Escucha activa y</b>	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 buceo tener.	Mantengo una escucha activa, comparto y apoyo el esfuerzo de otros. Trato de mantener la unión entre todos teniendo iniciativa con

dad: todo correcto






<b>Escucha activa y proactividad</b>	Rara vez escucho, comparto y apoyo el esfuerzo de otros. No soy un miembro con iniciativa en el grupo.	regular. 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.	Mantengo una escucha activa, comparto y apoyo el esfuerzo de otros. Trato de mantener la unión entre todos teniendo iniciativa con propuestas creativas dentro del grupo.
<b>Actitud en el trabajo cooperativo/colaborativo</b>	Critico sin argumentos válidos las acciones de los otros miembros del equipo/grupo. No muestro una actitud positiva hacia el trabajo cooperativo/colaborativo.	Muchas veces critico sin argumentos válidos las acciones de los otros miembros del equipo/grupo, pero me esfuerza por tener una actitud positiva hacia el trabajo cooperativo/colaborativo.	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/colaborativo.	Las críticas hacia las acciones de los otros miembros del equipo/grupo, poseen argumentos válidos y muestro actitudes positivas hacia el trabajo cooperativo/colaborativo.
<b>Calidad en las actividades y ética profesional</b>	Proporcione evidencias que, por lo general, necesitan ser comprobadas o rehechas por otros para asegurar su calidad. No soy ético en el uso de las TIC y/o información en general.	Proporcione evidencias que requieren ser algunas veces comprobadas y muy pocas veces rehechas por otros miembros del grupo para asegurar su calidad. Rara vez soy ético en el uso de las TIC y/o información en general.	Proporcione 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 consultados.	Proporcione evidencias de la más alta calidad y no requieren ser comprobadas por otros miembros del grupo para asegurar esta. Soy ético en el uso de las TIC y/o información en general pues cito de manera adecuada y proveo referencias completas de la información consultada.
<b>Resolución de Conflictos</b>	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.	Estoy dispuesto a solucionar o ayudar y escuchar propuestas de otros.
<b>Habilidades sociales</b>	Interacciono con dificultad, necesitando ayuda para mantener actitudes respetuosas.	Interacciono manteniendo una actitud respetuosa hacia otros puntos de vista.	Interacciono con empatía y autocontrol, manteniendo una actitud respetuosa hacia otros puntos de vista.	Interacciono con empatía y autocontrol, manteniendo una actitud respetuosa hacia otros puntos de vista y utilizando diferentes habilidades sociales que contribuyen a la cohesión.
<b>Planificación de las actividades y recursos</b>	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.	Realizo un uso adecuado de los materiales y los recursos disponibles de acuerdo con el procedimiento establecido por el grupo, ajustándome al plazo previsto.
<b>Interpretación y Comunicación de la Información</b>	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		Proporcione buenas ideas al equipo, apoyo para que todos aportemos ideas y reparto tareas.
Aspectos conductuales	Ponderación	Valoración	Reflexión
Responsabilidad	10		Siempre cumplo con mis responsabilidades.

ilidad: todo correcto



	Escucha activa y proactividad	10		Escucho siempre la opinión de todos y aportó opiniones. Mantengo siempre la unión y el trabajo.
	Trabajo cooperativo/colaborativo	9		Siempre tengo argumentos, colaboro y apporto mi opinión si no veo algo que este bien o no vaya de acuerdo al tema.
				
	<b>Aspectos conductuales</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Valoración</b>	<b>Reflexión</b>
	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.
	<b>Aspectos actitudinales</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Valoración</b>	<b>Reflexión</b>
	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

Rúbrica Exposición Oral del Problema					
Categorías	Sobresaliente 3	Notable 2	Aprobado 1	Insuficiente 0	Total
<b>Presentación General</b>	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.	
<b>Aspectos formales</b>	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.	
<b>Contenidos</b>	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.	
<b>Recursos multimedia</b>	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.	
<b>Trabajo en equipo</b>	Se muestra planificación y trabajo cooperativo/colaborativo. 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/colaborativo. No todos los miembros del equipo exponen.	
<b>Puntaje Total</b>					

Nota: 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/proyctocrea/rubrica-de-exposicion-oral-en-equipo>.

## 10.8.-Evaluación del plan de acción

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.

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.

19 de agosto

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.

Este registro permitió observar el progreso de las tareas asignadas, controlar los tiempos de ejecución y detectar áreas que requerían ajustes.

Durante la evaluación del plan de acción, se identificaron algunos cambios necesarios, entre ellos:

- 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.

Gracias a estos ajustes, el equipo logró mejorar la calidad de las

	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	<p>Kotler, P., &amp; Armstrong, G. (2018). Fundamentos de marketing (14<sup>a</sup> ed.). Pearson Educación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stanton, W. J., Etzel, M. J., &amp; Walker, B. J. (2014). Principios de marketing. McGraw-Hill Interamericana.</li> <li>• Chiavenato, I. (2017). Introducción a la teoría general de la administración (9<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.</li> <li>• Lamb, C. W., Hair, J. F., &amp; McDaniel, C. (2019). Marketing. Cengage Learning.</li> <li>• Kotler, P., Kartajaya, H., &amp; Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad. LID Editorial.</li> <li>• Secretaría de Economía (2023). Guía para el fortalecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas en México. Gobierno de México. Recuperado de: <a href="https://www.gob.mx/se/obt">https://www.gob.mx/se/obt</a></li> <li>• INEGI (2023). Estadísticas sobre micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMES) en México. Recuperado de: <a href="https://www.inegi.org.mx/obt">https://www.inegi.org.mx/obt</a></li> </ul>
10.10.-Anexos	

PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR								
FASES	No.	TEMATICA DE INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN		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 infomarción 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 claramente 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 hisotricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio
	5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes	Se investigó sobre antecedentes de estrategias de marketing utilizadas por pequeñas empresas del sector dulcero. 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 antedente de la empresa, considerando su evlución 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
ELABORACIÓN			Se elaborará una propuesta de estrategia					

D	E	F	G	H	I	J	K	L
	6			29/09/25	17/10/25	Tres semanas		
DESARROLLO		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 destaquen la marca.					Se desarrollara la propusta de los pasos aseguir par dar la posible solución a la problemática planteada.
	7			20/10/25	31/10/25	Dos semana		
		Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establezcan los pasos aseguir 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.					Se desarrollara la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere os criterios y herramientas para poder realizarlo
	8			03/11/25	07/11/25	una Semana		
		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 rproyecto con el proyecto y se entrego de la forma en la que se pedia siguiendo todas y cada unas de las indicaciones.					Finalización de la Guía de elaboración del proyecto integrador e inicie la conformación de la presentación del proyecto.
	9			10/11/25	14/11/25	Una semana		
COMUNICACIÓN		Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador	Se concluyo con las diapositivas y se expusieron.					Se prepara la presentación previa del proyecto integrador
	10			17/11/25	21/11/25	Una semana		
		Preparación del Video	Se esta preparando el video.					Se programara la elaboración del video para la integración del proyecto
	11			24/11/25	28/11/25	Una semana		
	12	Presentación del Video		01/12/25	05/12/25	Una semana		Se presentara para su conocimiento

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