

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
5.- Presentación:	• ¿Por qué los dulces tienen un valor simbólico y emocional para las personas? • ¿De qué manera contribuye la industria de los dulces a la economía local en México? • ¿Qué papel juegan los dulces tradicionales dentro de la cultura mexicana?
6.- Objetivo:	Nuestro objetivo seria 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.	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:

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 ESTRATÉGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR									
FASE	No.	TEMA DE INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN		TIEMPO ESTIMADO	ESTATUS		OBSERVACIONES
				INICIAL	FINAL				
ANÁLISIS	1	Identificación y selección de la empresa con la problemática	Dubaria La Estrella, problemática de falta de publicidad	18/08/21	22/08/21	Una semana	Completado		Se determinó la empresa para el desarrollo de la investigación considerando los tiempos y la factibilidad de la misma.
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática	Objetivo: Aumentar la visibilidad y generar confianza.	25/08/21	26/08/21	Una semana	Completado		Se determinó la problemática detectada en la empresa, la cual se detectó directamente 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	01/09/21	05/09/21	Una semana	Completado		Se determinó la posible solución en la cual se realizó una lluvia de ideas de las propuestas para llevar a cabo en lo referente a la posible solución.
	4	Conoce la empresa (datos generales: misión, visión, valores, filosofía, estructura organizacional)	Conocer la empresa (datos generales: misión, visión, valores, filosofía, estructura organizacional)	06/09/21	12/09/21	Una semana	Completado		Se determinó las características generales de la empresa para conocer bien el objeto de estudio.
DESARROLLO	5	Elaboración del Marco Referencial	Se investigó sobre el uso de estrategias de marketing utilizadas por pequeñas empresas del sector dulcecerías. 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 Dubaria La Estrella para aumentar su alcance y atraer nuevos clientes.	14/09/21	20/09/21	Una semana	Completado		Se investigó todo el antecedente de la empresa, considerando su actividad como empresa.
	6	Elaboración del Marco Referencial	Se investigó y se analizaron las bases teóricas del marketing digital, la publicidad en redes sociales y el comportamiento del consumidor. Estrategias de marketing definidas: conceptos claves como "segmentación, targeting y mensajería" (producto, precio, plaza, promoción). Estos fundamentos servirán para elaborar una estrategia sólida que impulse la imagen de la Dubaria La Estrella y fomente su presencia en el mercado local.	20/09/21	27/09/21	Una semana	Completado		Se investigó y se analizaron la información.
	7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Crónicas en una serie de pasos propuestos para su desarrollo.	Se elaboró una propuesta práctica para resolver la problemática de falta de publicidad. Estrategia 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 informativos y empaques personalizados que destaquen la calidad.	20/09/21	27/09/21	Una semana	Completado		Se desarrolló la propuesta de la investigación para dar la posible solución a la problemática planteada.
Cierre	8	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de la Guía o Crónicas en donde se detallan los pasos sugeridos para su desarrollo.	Se concluyó la guía con base en la investigación. Se determinó que la mejor estrategia para Dubaria La Estrella es implementar una estrategia de marketing digital que impulse su presencia en redes sociales, mejorando su posicionamiento, mejorando la presentación del punto de venta y ofreciendo descuentos a los clientes, aprovechando la tradición y calidad de sus productos.	03/10/21	07/10/21	Una semana	Completado		Se desarrolló la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde consideró acciones y herramientas para poder realizarlo.
	9	Conclusión de la Guía para		03/10/21	07/10/21	Una semana	Completado		Finalización de la Guía de elaboración de

--	--

	• 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. Tiempo estimado: 2–3 semanas para cerrar primeros acuerdos. Responsable: Dueño o encargado de ventas. 5. Sorteos y rifas en redes sociales Objetivo: Generar alcance y atraer nuevos seguidores/clientes. Acciones: • Organizar un sorteo mensual. Ejemplo: “Gana un combo de productos”. • Dinámica sencilla: 1. Seguir la página. 2. Dar like a la publicación. 3. Comentar y etiquetar a 2 amigos. • Usar herramientas gratuitas para elegir ganador (ejemplo: apps de sorteos en Instagram o Facebook). • Publicar el resultado en video para transparencia. Tiempo estimado: 1 semana para preparar, 1 día para anunciar ganador. Responsable: Community manager o encargado de redes.
8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.	Samuel: Community Manager • 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.

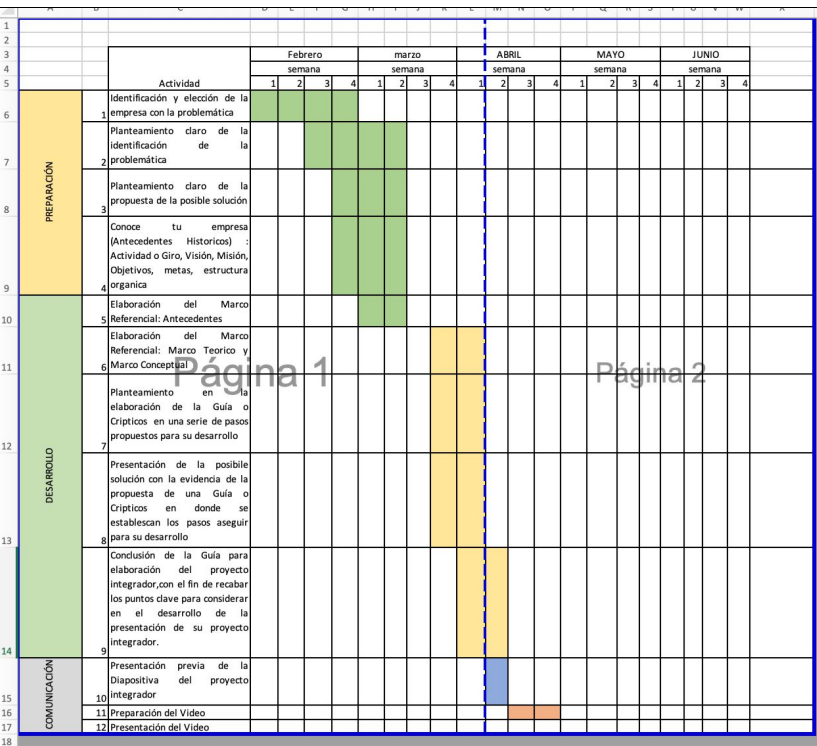
	Ivana: Diseño y Contenido • Tomar y editar fotografías de productos. • Grabar y editar videos cortos (Reels, TikToks). • Crear imágenes llamativas para promociones o anuncios. • Apoyar al Community Manager con material visual. Fernanda: Publicidad Digital • Configurar y administrar campañas pagadas en Facebook/Instagram. • Definir segmentación geográfica y de intereses. • Medir resultados (alcance, clics, interacciones). • Ajustar campañas cada mes según el desempeño. Bryan: Google My Business y Reseñas • 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. Bryan: Alianzas Comerciales • 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. Marving: Relaciones con Clientes y Sorteos • Organizar dinámicas de sorteos y rifas en redes sociales. • Supervisar que los ganadores reciban el premio.
--	---

	- 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 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="9">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 Dulceria 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 el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información alcanzada.</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 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 describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.</td></tr><tr><td>3</td><td>Conoce tu empresa (Antecedentes Históricos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica</td><td>Investigación de los antecedentes de la Dulceria La Estrella: historia, misión, visión, valores de crecimiento, producción, estructura organizacional y clientes.</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 la empresa, considerando su evolución como 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 establecan los pasos a 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 la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere sus 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></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 Dulceria 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 el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información alcanzada.	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática y posible solución	Definir la problemática principal: baja visibilidad 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 describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.	3	Conoce tu empresa (Antecedentes Históricos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	Investigación de los antecedentes de la Dulceria La Estrella: historia, misión, visión, valores de crecimiento, producción, estructura organizacional y clientes.	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 la empresa, considerando su evolución como empresa.	5	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establecan los pasos a 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 la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere sus 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 Dulceria 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 el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información alcanzada.																																																																														
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática y posible solución	Definir la problemática principal: baja visibilidad 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 describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.																																																																														
	3	Conoce tu empresa (Antecedentes Históricos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	Investigación de los antecedentes de la Dulceria La Estrella: historia, misión, visión, valores de crecimiento, producción, estructura organizacional y clientes.	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 la empresa, considerando su evolución como empresa.																																																																														
	5	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establecan los pasos a 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 la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere sus 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.- 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



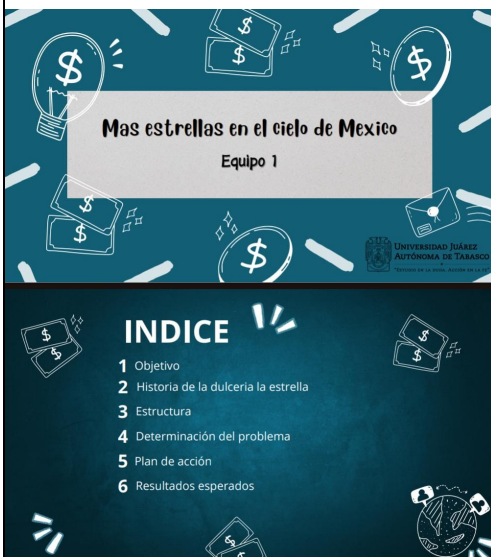
	 Mejora tu marketing con nosotros. Diseño de Logotipos Creación de logos memorables que reflejan la esencia de tu marca. Diseño de Material Publicitario para captar la atención de tu público. Rediseño de Marca Si ya tienes una marca, pero sientes que necesitas te ayudamos a renovarla. ¿Por qué eleguinos? - Diseños únicos que cuentan tu historia - Trabajamos contigo a cada paso. - Gran experiencia laboral con mas de 12 años en el mercado. - Resolvemos tus dudas y los aclaramos. Haz que tu marca se destaque - Logotipos - Identidad corporativa - Material publicitario ¡Contacto con nosotros hoy mismo! Teléfono: (123) 456-7890 Email: contacto@marketing.com Redes Sociales: @MarketingInspiración
9.4.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.	Fuente : https://dulcerialestrella.com.mx/ - 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 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. - 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 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.	Documentos internos: FUENTE: https://www.zenvia.com/es/blog/lluvia-de-ideas/ https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/8576/1/18811.pdf?utm_source=chatgpt.com https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/22823/T018_75624302_T.pdf?sequence=1&utm_source=chatgpt.com

	https://dulceriaestrella.com.mx/ https://www.singlegrain.com/es/marketing-101/17-campanas-de-marketing-digital-de-exito-que-puede-copiar/?utm_source=chatgpt.com
--	--

9.6.-Presentación del reporte en Word	Portada: nombre del proyecto, nombre de la institución, nombres de los integrantes del equipo y nombres de los maestros. Índice del proyecto en donde se presenten las tres fases del proyecto: fase de preparación, fase de desarrollo y fase de comunicación.
---------------------------------------	---

10.- Fase de Comunicación

10.1.-Power Point	
10.2.- Análisis de la problemática	• Los dulces tienen un valor simbólico y emocional porque están asociados con momentos de alegría, convivencia y afecto. No solo satisfacen un gusto, sino que también nos recuerdan celebraciones, reuniones familiares, fiestas infantiles y otros momentos especiales en la vida. • La industria de los dulces contribuye a la economía local generando empleo en fábricas, pequeñas empresas y comercios. Esto representa una fuente de ingresos para miles de familias mexicanas, fortaleciendo tanto la economía

formal como la informal.

- Los dulces tradicionales forman parte importante de la cultura mexicana porque representan la historia, los ingredientes y las costumbres del país. Ejemplos como las alegrías de amaranto, las cocadas o los dulces de tamarindo muestran la riqueza cultural y la diversidad regional de México, manteniéndose vigentes en celebraciones y la vida cotidiana.



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. - Incluye imágenes de ositos de goma de colores como decoración. -Centro - Título: “¿Por qué elegirnos?” - 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 - 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”. -Lado derecho
--	--

	• Presenta cinco círculos con frases: • Atrae y retén clientes • Incremento de ventas • Desarrolla tu reputación • Adapta tendencias • En la parte inferior: Título: "¡Contacta con nosotros hoy mismo!" Información de contacto: Teléfono: (123) 456-7890 Email: contacto@marketing.com Redes sociales: @MarketingInspiración
--	---