

UNIVERSIDAD JUÁREZ  
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"

# PROYECTO

Ivana Sánchez Gómez

Bryan Sarracino Sarracino

Marving Carrera Bravata

Samuel Zumarraga Magaña

Itzel Fernanda Torres Vargas

MATERIA : CONTABILIDAD

EQUIPO 1



# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

LA PROBLEMATICA

POSIBLE SOLUCION

PROPUESTA

CONCLUSION

RECOMENDACIONES

ANEXOS

## INTRODUCCIÓN

La presente exposición tiene como objetivo analizar la situación actual de La Dulcería La Estrella, una empresa dedicada a la venta de productos tradicionales que enfrenta dificultades en su posicionamiento dentro del mercado. A través del estudio de su problemática, misión, visión, valores y estructura organizacional, se busca proponer estrategias de mercadotecnia que fortalezcan su imagen, impulsen sus ventas y contribuyan a su crecimiento sostenible. Este trabajo destaca la importancia de la mercadotecnia como herramienta esencial para mejorar la competitividad y asegurar el éxito empresarial en un entorno cada vez más digital y cambiante.

# ANTECEDENTES

Dulcería La Estrella fue fundada en 1988 en Villahermosa, Tabasco, por Iván Palavicini. La empresa inició como un pequeño negocio y, a lo largo de 36 años, ha crecido hasta convertirse en una importante cadena de dulcerías con 75 sucursales y cientos de empleados, expandiéndose por varios estados del sureste de México y posicionándose como líder en la industria dulcera.

**Orígenes:** La historia de Dulcería La Estrella comienza en 1988 en Villahermosa, Tabasco.

**Fundador:** El negocio fue iniciado por Iván Palavicini, quien también se conoce como "el Rey de los Dulces".

**Crecimiento:** Comenzó como una pequeña empresa y creció hasta convertirse en una gran cadena de dulcerías.

**Expansión:** Actualmente, cuenta con 75 sucursales y se ha expandido a estados como Veracruz, Chiapas, Campeche y Yucatán.

**Valor:** La empresa se enfoca en la calidad de sus productos, el buen servicio al cliente y los valores como la lealtad, la honestidad y la responsabilidad.



# A N T E C E D E N T E S

## MISIÓN

Nuestra MISIÓN es satisfacer las necesidades de todos nuestros clientes, ofreciéndoles productos de excelente calidad a los mejores precios y con el mejor SERVICIO.

## VISIÓN

VISIÓN es ser la mejor cadena de dulcerías, con la mayor variedad de productos, crecimiento y posicionamiento a nivel nacional, con negocios propios y franquicias para estar siempre cerca de nuestros clientes.

## VALORES

### LA LEALTAD

Compromiso con la empresa y sus objetivos.

Fomentar relaciones duraderas con clientes y colaboradores.

Promover un ambiente de confianza y respeto mutuo.

### LA DISCIPLINA

Cumplimiento puntual de las tareas y responsabilidades.

Mantener la calidad constante en los productos y servicios.

Seguir normas y procesos que aseguren la eficiencia operativa.

### LA HONESTIDAD

Transparencia en las transacciones comerciales.

Comunicación clara con los clientes y proveedores.

Fomento de la integridad en todas las acciones de la empresa.

### LA RESPONSABILIDAD

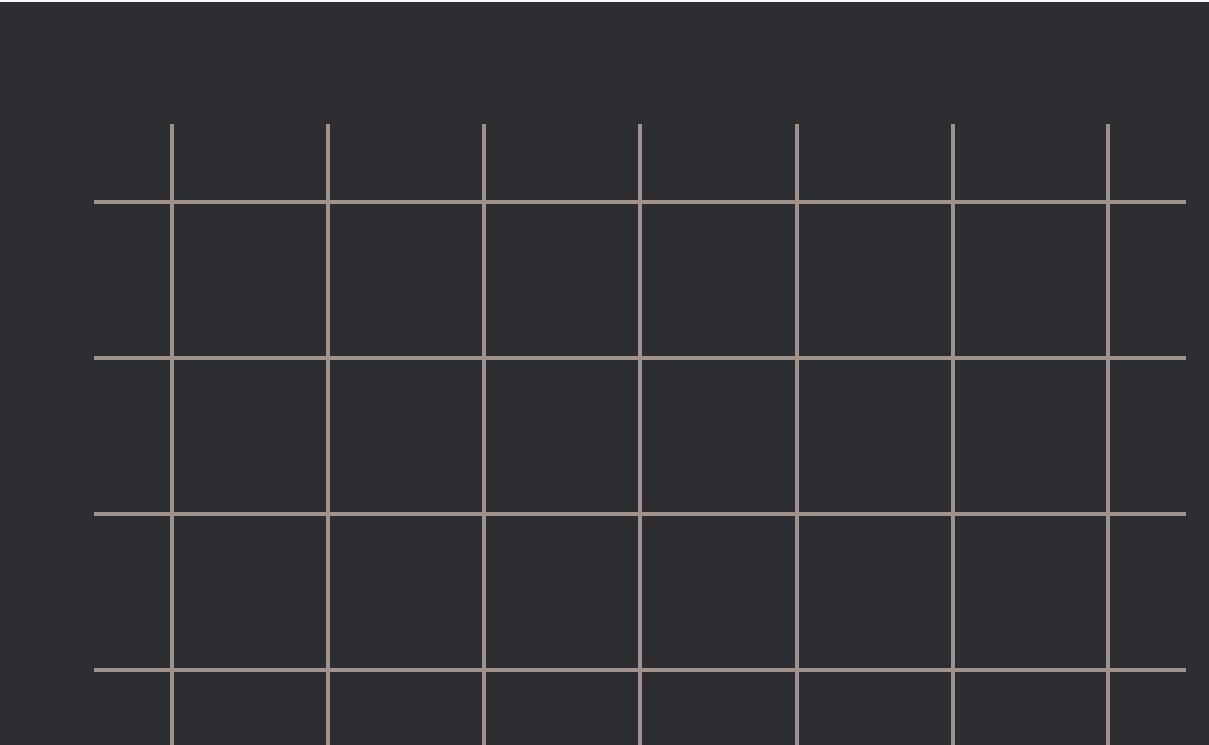
Cumplir con los compromisos asumidos ante clientes y empleados.

Garantizar productos seguros y de calidad.

Contribuir al bienestar de la comunidad y al desarrollo sostenible.

# PROBLEMATICA

- ¿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?



# POSIBLE SOLUCION

- 1.-Falta de innovación, Resistencia al Cambio, Poca inversión en digitalización
- 2.-Estrategias de Marketing desactualizadas, Falta de alianzas estratégicas.
- 3.-Aporta al PIB manufacturero, Impulsa economías regionales, Fomenta encadenamientos productivos

Las posibles soluciones son simples hay que ampliar y mejorar los 3 puntos que estamos manejando como respuesta a las posibles problemáticas de este negocio.

# EXPLICACIÓN DE PROPUESTA

ESTE TRÍPTICO:  
PRESENTA UN ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE DULCERÍA LA ESTRELLA.  
SEÑALA LA FALTA DE MARKETING COMO CAUSA DE SUS BAJAS VENTAS.  
PROPONE SOLUCIONES Y ESTRATEGIAS PARA MEJORAR.  
PROMOCIONA SERVICIOS DE DISEÑO, IDENTIDAD CORPORATIVA Y PUBLICIDAD.  
INCLUYE BENEFICIOS Y DATOS DE CONTACTO.  
EL TRÍPTICO NO SOLO EXPONE EL DIAGNÓSTICO, SINO QUE TAMBIÉN PRESENTA LOS SERVICIOS QUE EL EQUIPO PUEDE OFRECER, TALES COMO DISEÑO DE LOGOTIPOS, CREACIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO, REDISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL Y ESTRATEGIAS DE MEJORA DE MARCA, CON EL FIN DE FORTALECER LA PRESENCIA Y RECONOCIMIENTO DE LA DULCERÍA.

# PROPIUESTA



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  
Juarez  
Autonoma de  
Tabasco

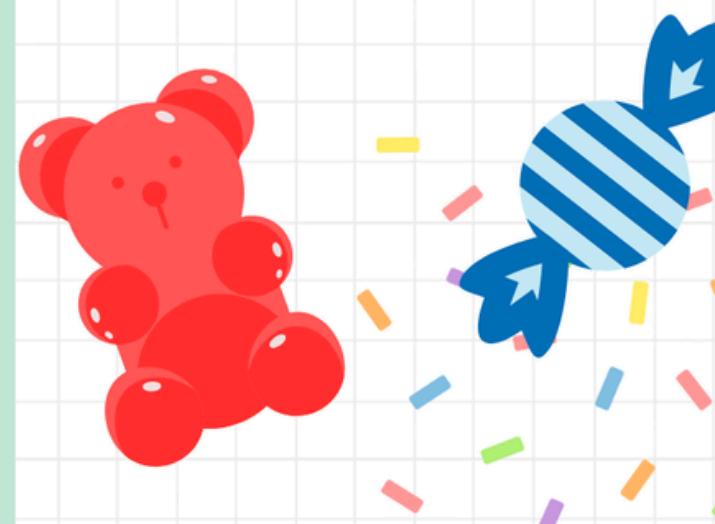
EQUIPO 1

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

Asignatura Contabilidad



¡La dulzura que ya  
conoces ahora  
mejorada !



## PORTADA Y PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

APARECE EL NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD Y DEL EQUIPO 1, JUNTO CON LOS INTEGRANTES Y LA ASIGNATURA (CONTABILIDAD).

## OBJETIVO DEL ANÁLISIS

EL EQUIPO REALIZÓ UN ANÁLISIS SOBRE EL MARKETING DE DULCERÍA LA ESTRELLA Y CONCLUYÓ QUE SUS VENTAS SON BAJAS PORQUE CARECE DE ESTRATEGIAS DE MARKETING.

## PROPIUESTAS DE MEJORA

- ACTIVAR REDES SOCIALES
- PUBLICIDAD PAGADA
- GOOGLE MY BUSINESS
- ALIANZA CON COMERCIOS LOCALES
- SORTEOS Y RIFAS EN REDES

## DULCERÍA LA ESTRELLA

INCLUYE UN ESLOGAN: "LA DULZURA QUE YA CONOCES AHORA MEJORADA".

# PROPIEDAD

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 elegirnos?

- 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 las aclaramos.

## Haz que tu marca se destaque

- Logotipos
- Identidad corporativa
- Material publicitario



## ¡Contacta con nosotros hoy mismo!

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

## SERVICIOS DE MARKETING

### “MEJORA TU MARKETING CON NOSOTROS”

SE EXPLICA QUE EL EQUIPO OFRECE SERVICIOS PARA IMPULSAR LA IMAGEN DEL NEGOCIO.

### SERVICIOS QUE INCLUYEN:

- DISEÑO DE LOGOTIPOS
- CREACIÓN DE LOGOS QUE REPRESENTEN LA MARCA
- DISEÑO DE MATERIAL PUBLICITARIO

### REDISEÑO DE MARCA

### VENTAJA COMPETITIVA Y CONTACTO

### ¿POR QUÉ ELEGIRLOS?

- DISEÑOS ÚNICOS
- TRABAJO PERSONALIZADO
- EXPERIENCIA DE MÁS DE 12 AÑOS
- SOLUCIÓN CLARA DE DUDAS

### CÓMO HARÁN QUE LA MARCA DESTAQUE

- LOGOTIPOS
- IDENTIDAD CORPORATIVA
- MATERIAL PUBLICITARIO

### BENEFICIOS DEL MARKETING

#### REPRESENTADOS CON CÍRCULOS:

- ATRAЕ Y RETIENE CLIENTES
- INCREMENTA VENTAS
- DESARROLLA REPUTACIÓN
- ADAPTA TENDENCIAS

### INFORMACIÓN DE CONTACTO

INCLUYE TELÉFONO, CORREO Y REDES SOCIALES.

# CONCLUSION

## Para lograr la solución

### Diagnóstico de mercado

- Analizar el perfil de clientes (edad, gustos, poder adquisitivo).
- Identificar competidores locales y en línea (qué venden, precios, promociones).
- Detectar las tendencias (dulces artesanales, regalos personalizados, compras online).

### Rediseño de la marca

- Crear o actualizar el logo y empaques con un diseño atractivo y moderno, manteniendo la identidad tradicional.
- Definir un slogan que comunique el valor del producto (ejemplo: “Endulzando tus momentos con sabor artesanal”).

### Presencia digital

- Crear perfiles oficiales en Instagram, Facebook y TikTok.
- Publicar contenido visual (fotos, videos de preparación, promociones, historias de clientes).
- Ofrecer promociones especiales para seguidores.

### Venta en línea

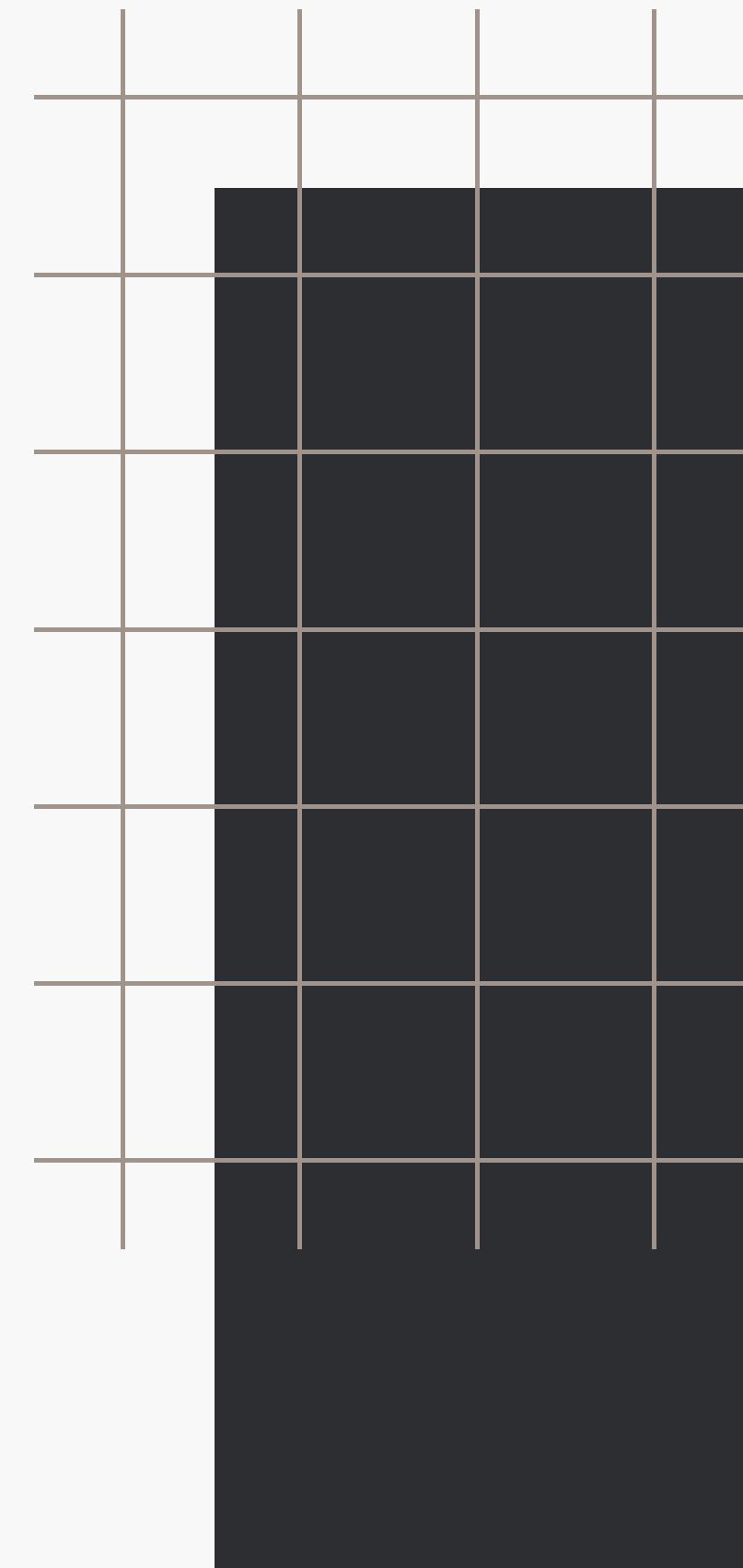
- Implementar pedidos a través de WhatsApp Business, Facebook Shop o una página web sencilla.
- Ofrecer entregas locales o por mensajería.
- Promover combos y regalos personalizados.

### Promociones y alianzas

- Realizar promociones por temporada (Día del Niño, Navidad, San Valentín).
- Asociarse con escuelas, cafeterías o eventos locales para exhibir productos.

### Evaluación y mejora continua

- Medir resultados mensualmente (ventas, seguidores, interacciones, comentarios).
- Ajustar estrategias según lo que funcione mejor.



# RECOMEN

## Conocer bien al cliente objetivo:

Realiza encuestas o entrevistas breves para entender mejor los gustos, precios que están dispuestos a pagar y los productos más deseados.

## Rediseño de marca

1. Mantén coherencia visual: colores, tipografía y estilo deben reflejar la esencia artesanal.
2. Crea empaques sostenibles o reciclables, eso atrae a clientes conscientes del medio ambiente.
3. Prueba el slogan con tus clientes antes de adoptarlo, para ver cuál conecta mejor.

## Presencia digital

1. Publica contenido constante (mínimo 3 veces por semana).
2. Usa videos cortos mostrando la preparación o empaques personalizados; funcionan muy bien en TikTok.
3. Interactúa con tus seguidores: responde comentarios y mensajes rápido.
4. Aprovecha los hashtags locales y de temporada (#HechoEnMéxico, #DulcesArtesanales, etc.).

## Venta en línea

1. Facilita el proceso de compra: incluye precios visibles, fotos claras y métodos de pago sencillos.
2. Crea un catálogo digital (por ejemplo, con WhatsApp Business Catalog o Canva) para compartir fácilmente.
3. Asegúrate de cumplir tiempos de entrega y mantener comunicación constante con el cliente.

## Promociones y alianzas

1. Realiza combos o descuentos por fechas especiales (Navidad, Día del Amor y la Amistad).
2. Colabora con cafeterías o tiendas locales para colocar un pequeño mostrador o exhibidor.
3. Ofrece descuentos por referidos o por compartir publicaciones en redes.

## Evaluación y mejora continua

1. Mide no solo ventas, sino también interacciones y mensajes recibidos.
2. Usa herramientas gratuitas como Meta Business Suite para analizar el rendimiento de tus publicaciones.
3. Revisa mensualmente qué productos o promociones tuvieron más éxito y enfoca esfuerzos ahí.

# **ANEXOS**

**PLANEACIÓN  
PLAN DE ACCIÓN  
GRAFICA DE GHAND**

# PLANEACIÓN

PLANEACIÓN ESTRÁTICA 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 determinó la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información 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 determinó 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 expectativas 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 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 tu empresa (Antecedentes Históricos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura orgánica	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 ofreciendo 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 determinó los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio.
Desarrollo	5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes	Se investigó sobre antecedentes de estrategias de marketing utilizadas por pequeñas empresas del sector dulcería. 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 investigó todo el ente de la empresa, considerando su evolución como empresa.
	6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teórico 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 clave 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 investigará y analizará la información
Diseñado con Microsoft Excel								

Página 1

Página 2

D	E	F	G	H	I	J	K	L
				29/09/25	17/10/25	Tres semanas		
DESARROLLO	6		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.					Se desarrollara la propuesta de los pasos a seguir para dar la posible solución a la problemática planteada.
	7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Cripticos en una serie de pasos propuestos para su desarrollo		20/10/25	31/10/25	Dos semanas		
	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.					Se desarrollara la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere los criterios y herramientas para poder realizarlo
COMUNICACIÓN	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 concluyó el proyecto con el proyecto y se entregó de la forma en la que se pedía siguiendo todas y cada una de las indicaciones.	03/11/25	07/11/25	una Semana		Finalización de la Guía de elaboración del proyecto integrador e inició de la conformación de la presentación del proyecto.
	10	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador	Se concluyó con las diapositivas y se expusieron.	10/11/25	14/11/25	Una semana		Se prepara la presentación previa del proyecto integrador
	11	Preparación del Video	Se está 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

# PLAN DE ACCIÓN

PLAN DE ACCIÓN								
FASES	No.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN	DURACIÓN	RESPONSABLE	ESTATUS	OBSERVACIÓN
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Selección de Dulcería La Botella 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	pendiente	Se determinó la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la información alcance.
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática y posible solución	Darle la problemática principal bajo visibilidad y promoción (redes sociales). Propuestas: plan de marketing digital para mejorar alcance y ventas.	25/08/25 05/09/25	Dos semanas	Todos los integrantes del equipo	pendiente	Se determinó 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 orgánica	Investigación de los antecedentes de la Dulcería La Botella: Historia, misión, visión, metas de crecimiento, productos, programas y objetivos.	06/09/25 12/09/25	Una semana	Todos los integrantes del equipo	pendiente	Se determinó los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio
Diseño	4	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes, Marco teórico y Marco Conceptual	Resumen de teorías de marketing digital: estrategia digital, mercadeo digital, posicionamiento y focalización de clientes.	22/09/25 17/10/25	cuatro semanas	Todos los integrantes del equipo	pendiente	Se investigó 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 Críticos en donde se establecen los pasos seguir para su desarrollo	Desarrollo de una propuesta de marketing digital: creación de redes sociales, promociones mensuales y focalización de clientes mediante cupones.	20/10/25 14/11/25	cuatro Semanas	Todos los integrantes del equipo	pendiente	Se desarrollara la propuesta para la 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		pendiente	Se prepara la presentación previa del proyecto integrador

Página 1

Página 2

# GRÁFICA DE GHAND

Actividad	PREPARACIÓN	Febrero				marzo				ABRIL				MAYO				JUNIO				
		semana				semana				semana				semana				semana				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
		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 Históricos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura orgánica																					
5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes																					
6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teórico 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 establecen los pasos a seguir 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.																					
10	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador																					
11	Preparación del Video																					
12	Presentación del Video																					

Página 1

Página 2



**MUCHAS GRACIAS**