

FORMATO PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO	
1.- Equipo:	Equipo 1
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	Ivana Sanchez Gomez 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 Mexico
5.- Presentación:	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. 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.
6.- Objetivo:	Nuestro objetivo seria hacer un plan de acción para tener una mayor cantidad de publico y asi 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 mas activas 2. Publicidad pagada en redes 3. Google My Businees 4. Alianza con comercios locales 5. Sorteo y rifas en redes sociales	
8.3.-Hacer una planeación paso a paso y por escrito.		

--	--

PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR

FASES	No.	TEMATICA DE INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUSIÓN		TIEMPO ESTIMADO	ESTATUS	OBSERVACIÓN
				INICIAL	FINAL			
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Dulcería la estrella, la problemática es la falta de publicidad .	18/08/25	22/08/25	Una semana	concluido	Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la 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	08/09/25	12/09/25	Una semana	Concluido	Se determino los antecedentes hisotricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio

--	--

	• 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 envío, las impresiones y lo que los equipos consideren pertinentes, de acuerdo a la naturaleza de su proyecto.	Contamos con computadoras, internet, hojas, bolígrafos, impresiones, los transportes, la alimentación.

8.7.- Elaborar un plan de acción.

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 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 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 mercadeotecnia 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 realizó una lluvia de ideas de las propuestas para llevar acabo en lo referente a la posible solución.
	4	Conoce tu empresa (Antecedentes Históricos) : 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	08/09/25	12/09/25	Una semana	Concluido	Se determino los antecedentes históricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio

9.- Fase de Desarrollo

9.1.-Gráfica de Gantt.	
9.2.-Programas, asignaturas, objetivos y temas.	
9.3.-Elaborar las evidencias.	
9.4.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.	
9.5.-Organización de la información y las fuentes consultadas.	

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.-Las evidencias	
10.3.-El costo	
10.4.-Fuentes de financiamiento	
10.5.-El impacto	
10.6.-La forma de evaluación	
10.7.-Rúbrica	
10.8.-Evaluación del plan de acción	
10.9.-La bibliografía consultada	
10.10.-Anexos	