

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	concluiso	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	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 evlucción 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
--	---	--	--	----------	----------	--------------	---

DESARROLLO	7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Cripticos en una serie de pasos propuestos para su desarrollo	Se elaboró una propuesta práctica para resolver la problemática de falta de publicidad. Enfoque de marketing: La propuesta incluye la creación de una campaña digital con contenido visual atractivo, publicaciones semanales, promociones y sorteos en redes sociales. También se sugiere mejorar la presentación del punto de venta con carteles coloridos y empaques personalizados que destaquen la marca.	20/10/25	31/10/25	Dos semana	Se desarrollara la propuesta de los pasos a seguir para dar la posible solución a la problemática planteada.
	8	Presentación de la posible solución con la evidencia de la propuesta de una Guía o Cripticos en donde se establezcan los pasos a seguir para su desarrollo	Se concluyó la guía con base en los puntos clave recabados durante la investigación. Enfoque de marketing: Determinamos que la mejor estrategia para Dulcería La Estrella es implementar un plan de marketing digital complementado con acciones locales. Esto permitirá mejorar su posicionamiento, incrementar las ventas y fidelizar clientes, aprovechando la tradición y calidad de sus productos.	03/11/25	07/11/25	una Semana	Se desarrollara la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere los criterios y herramientas para poder realizarlo
	9	Conclusión de la Guía para elaboración del proyecto integrador, con el fin de recabar los puntos clave para considerar en el desarrollo de la presentación de su proyecto integrador.		10/11/25	14/11/25	Una semana	Finalización de la Guía de elaboración del proyecto integrador e inicio de la conformación de la presentación del proyecto.
COMUNICACIÓN	10	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador		17/11/25	21/11/25	Una semana	Se prepara la presentación previa del proyecto integrador
	11	Preparación del 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

PLAN DE ACCIÓN

FASES	No.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN		DURACIÓN	RESPONSABLE	ESTATUS
				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
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática y posible solución	Definir la problemática principal: baja visibilidad y promoción limitada en redes sociales. Propuesta: plan de marketing digital para mejorar alcance y ventas.	25/08/25	05/09/25	Dos semana	Todos los integrantes del equipo	concluido
	3	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	Investigación de los antecedentes de la Dulcería La Estrella: historia, misión, visión, metas de crecimiento, productos principales y tipo de clientes.	08/09/25	12/09/25	Una semana	Todos los integrantes del equipo	
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	
	5	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	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	
COMUNICACIÓN	6	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador para postriormente elaborar el video de la presentción del proyecto		17/11/25	05/12/25	Tres Semana		

OBSERVACIÓN
Se determino la empresa para el desarrollo de la investigación, considerando los tiempos y la infomarción alcance.
Se determino la problemática detectada en la empresa, la cual se describe claramente con los integrantes del grupo de investigación.
Se determino los antecedentes hisotricos de la empresa para conocer bien el objeto de estudio
Se investigo todo el antedente de la empresa, considerando su evlución como empresa.
Se desarrollara la propuesta para la elaboración paso a paso de la posible solución en donde considere os criterios y herramientas para poder realzarlo
Se prepara la presentación previa del proyecto integrador

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]