

FORMATO PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO
1.- Equipo: 5
2.- Nombre de los integrantes del equipo: Rodríguez Cano María Fernanda Arraiz Gallegos Angelique Domínguez Álvarez Yesenia Leyva González Kevin David Broca García Franco Paolo
3.- Asignaturas que imparten:
4.- Nombre del proyecto:
5.- Presentación: La empresa "Los Campos de Chihuahua" se dedica a la comercialización de frutas frescas al mayoreo y menudeo. Sin embargo, presenta: • Falta de personal suficiente para atención, acomodo y distribución. • Escasa o nula inversión en publicidad. • Baja rotación de inventario en ciertos productos. • Disminución en ventas y presencia en el mercado. Esto afecta directamente su rentabilidad y competitividad.
6.- Objetivo: Analizar la situación actual de los campos en Chihuahua, identificando como principales problemáticas la falta de estrategias de marketing y publicidad, así como la escasez de personal derivada de los horarios laborales, con el propósito de proponer soluciones viables que fortalezcan su posicionamiento, incrementen la afluencia de clientes y mejoren la gestión del recurso humano para lograr mayor competitividad y sostenibilidad.
7.- Tiempo de realización: 5 de febrero - 27 de febrero
8.- Fase de Preparación

8.1.-Identificar los temas de aprendizaje que saben y los que no saben.

Lo que sabe	Lo que no se sabe
• Principios básicos de administración de empresas. • Conceptos de contabilidad de costos (costos fijos y variables). • Importancia del control de inventarios en negocios comerciales. • Atención y servicio al cliente. • Función del marketing en el posicionamiento de una empresa. • Uso básico de redes sociales para promoción. • Importancia de la rotación de productos perecederos.	• Estrategias de marketing digital aplicadas a negocios locales. • Técnicas específicas para aumentar la rotación de inventarios. • Métodos eficientes de organización y distribución del personal. • Cálculo detallado del impacto financiero por baja rotación. • Elaboración de un plan publicitario con bajo presupuesto. • Indicadores de desempeño para medir competitividad. • Estrategias de posicionamiento en mercados locales de frutas

8.2.-Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.

- Crear perfiles activos en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok).
- Publicar promociones semanales y descuentos por temporada.
- Ofrecer paquetes familiares o promociones grupales.
- Mejorar la imagen del lugar (fotografías profesionales y videos atractivos).
- Colocar anuncios en puntos estratégicos de la ciudad.
- Crear promociones especiales en horarios con baja demanda.
- Implementar horarios rotativos más flexibles.
- Ofrecer incentivos por desempeño o bonos por horario nocturno.
- Capacitar al personal para que desempeñe varias funciones.
- Establecer turnos estratégicos según los horarios de mayor demanda.

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

Para la implementación del proyecto en la empresa **Los Campos de Chihuahua, S. de R.L., Febrero 08:** El equipo analiza la situación actual de la empresa y define claramente la problemática relacionada con la falta de estrategias de marketing y la escasez de personal. Se identifican los temas que se conocen y los que requieren investigación. Se realiza una lluvia de ideas con posibles soluciones.

Febrero 14: Investigación sobre estrategias de marketing digital y publicidad local aplicables a negocios de comercialización de frutas. Se analizan casos similares y herramientas accesibles de promoción.

Febrero 20: Análisis de la organización interna de la empresa, revisión de horarios laborales y evaluación de necesidades de personal. Se estudian métodos para mejorar la rotación de inventarios.

Febrero 25: Integración de la información recopilada y elaboración del reporte final con propuestas viables y conclusiones del proyecto.

8.4.-Asignar tareas a cada miembro del equipo para encontrar la solución al problema.

Para encontrar la solución a la problemática detectada en la empresa Los Campos de Chihuahua, S. de R.L., cada integrante del equipo asumirá una responsabilidad específica:

Rodríguez Cano María Fernanda: Investigar estrategias de marketing digital y publicidad local que puedan aplicarse a la comercialización de frutas, incluyendo el uso de redes sociales y promociones comerciales.

Arraiz Gallegos Angelique: Analizar la situación actual del mercado local y la competencia, identificando oportunidades de posicionamiento y diferenciación para la empresa.

Domínguez Alvarez Yesenia: Evaluar la organización interna del personal, horarios laborales y necesidades de contratación para mejorar la eficiencia en atención, acomodo y distribución.

Leyva González Kevin David: Investigar métodos de control y rotación de inventarios para productos perecederos, con el fin de reducir pérdidas y mejorar la rentabilidad.

Broca García Franco Paolo: Analizar el impacto financiero de las problemáticas detectadas y proponer estrategias que fortalezcan la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida

Las acciones planteadas para la empresa Los Campos de Chihuahua, S. de R.L. se sustentan en principios teóricos y prácticos de la administración moderna, el marketing estratégico y la contabilidad de costos, los cuales establecen que la competitividad empresarial depende de la adecuada gestión de recursos, la visibilidad en el mercado y la eficiencia operativa.

En primer lugar, desde el enfoque del marketing, diversos autores señalan que la implementación de estrategias de promoción y publicidad, especialmente a través de medios digitales y posicionamiento local, permite incrementar el reconocimiento de la marca, atraer nuevos clientes y fortalecer la relación con los consumidores actuales. La ausencia de estas herramientas limita el crecimiento comercial, ya que reduce la presencia de la empresa frente a la competencia y disminuye las oportunidades de venta. En segundo lugar, en el ámbito de la administración, la adecuada gestión del recurso humano es un factor clave para el logro de los objetivos organizacionales. La escasez de personal y la deficiente organización de los horarios laborales afectan directamente la productividad, el servicio al cliente y la eficiencia en la operación diaria. De acuerdo con los principios administrativos, una correcta división del trabajo, junto con la planificación y el control, permite optimizar el desempeño del personal y mejorar los resultados empresariales. Asimismo, desde la perspectiva de la contabilidad de costos, la implementación de controles internos y una mejor organización operativa contribuyen a reducir pérdidas, especialmente en productos perecederos como las frutas frescas. Una adecuada rotación de inventarios y el control de mermas permiten maximizar el aprovechamiento de los recursos y mejorar la rentabilidad del negocio. En conjunto, estas acciones se fundamentan en la necesidad de integrar estrategias de marketing, una eficiente administración del capital humano y un adecuado control de costos, con el propósito de fortalecer la rentabilidad, incrementar la competitividad y garantizar la sostenibilidad de la empresa en el mercado actual.

Referencias:

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing* (16.^a ed.). Pearson Educación.

Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración* (8.^a ed.). McGraw-Hill.

Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2003). *Administración de costos: Contabilidad y control*. Thomson Editores.

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.

- Computadoras
- teléfonos
- hojas
- bolígrafos
- uso del internet
- memorias USB
- software
- el tiempo aire del celular
- Impresiones
- Tablet
- Plumones
- Pasajes

8.7.- Elaborar un 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	Se a elegido la empresa Los campos de Chihuahua, para presentar una propuesta que le ayudara a solucionar sus problemas que enfrentan actualmente ya que sus productos	03/02/2026	06/02/2026	Una semana	Rodriguez Cano Maria Fernanda Arraiz Gallegos Angelique	concluido
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática y posible solución	Se identificaron las siguientes problemáticas en al empresa los campos de chihuahua S. de R.L. como primer punto la falta de personal suficiente para la atencion y distribucion , punto 2 nula version el publicidad, 3. baja	09/02/2026	20/02/2026	Dos semana	Rodriguez Cano Maria Fernanda Arraiz Gallegos Angelique Dominguez Álvarez	concluido
	3	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	Los campos de Chihuahua S. de R.L. es una empresa del sector terciario dedicada al transporte de carga especializada con enfasis en productos agricolas y productos percederos ofreciendo servicios logísticos eficientes para productores y comercializadores del sureste mexicano. antecedentes historicos: Los Campos de Chihuahua fue fundada en 2017 por un grupo de empresarios tabasqueños con experiencia en logistica agroindustrial. Su propósito fue cubrir la necesidad de transporte especializado de frutas frescas desde las zonas productoras hacia centros de distribución nacionales. Con el tiempo, la empresa ha ampliado su flotilla y servicios, incorporando vehículos con sistemas de refrigeración y mejores prácticas de seguimiento de carga. Visión Ser la empresa lider en transporte logístico de productos percederos en el sureste de México, reconocida por su eficiencia, seguridad y compromiso con la calidad del servicio. Misión Ofrecer soluciones de transporte terrestre confiables y especializadas para frutas y productos agricolas, garantizando entregas a tiempo, con integridad del producto y atención enfocada en las necesidades de nuestros	23/02/2026	27/02/2026	Una semana	Rodriguez Cano Maria Fernanda Arraiz Gallegos Angelique Dominguez Álvarez Yessenia Leyva González Kevin David Broca García Franco Paolo	concluido

9.- Fase de Desarrollo

9.1.-Gráfica de Gantt

Actividad	Febrero				Marzo				Abril			
	Semana				Semana				Semana			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis del proyecto												
Lluvia de ideas												
Recopilación de información												
Se plantea el diseño												
Reporte del proyecto												
Presentación de power point												

9.2.-Programas, asignaturas, objetivos y temas

Asignaturas involucradas	Objetivos por asignatura	Temas abordados
Administración Mercadotecnia Contabilidad de costos Recursos Humanos Informática	Administración: Analizar la organización interna de la empresa para mejorar la eficiencia operativa y la distribución del personal. Mercadotecnia: Desarrollar estrategias de publicidad y posicionamiento para incrementar las ventas y atraer más clientes. Contabilidad de costos: Evaluar el impacto financiero de la baja rotación de inventarios y proponer mejoras para aumentar la rentabilidad. Recursos Humanos: Optimizar la gestión del personal mediante horarios adecuados, capacitación y asignación de funciones. Informática: Utilizar herramientas digitales para la promoción del negocio y la elaboración del proyecto.	Estrategias de marketing digital Publicidad en redes sociales Control y rotación de inventarios Costos fijos y variables Organización del personal Atención al cliente Análisis financiero básico Posicionamiento de mercado Uso de herramientas digitales para negocios

9.3.-Elaborar las evidencias.

TRÍPTICO – SOLUCIÓN A LA PROBLEMÁTICA

PORTADA

Soluciones para mejorar la empresa

“Los Campos de Chihuahua”

Estrategias para incrementar ventas, mejorar la organización y optimizar la rotación de inventarios.

Equipo 5

INTRODUCCIÓN

La empresa presenta problemas como baja rotación de inventario, poca publicidad y falta de personal.

Este plan propone 8 pasos estratégicos que ayudarán a mejorar su competitividad, aumentar sus ventas y optimizar sus recursos.

PASOS 1 Y 2

Paso 1: Crear presencia en redes sociales

Abrir y administrar cuentas en Facebook, Instagram y TikTok para promocionar productos y atraer clientes.

Paso 2: Publicar promociones constantes

Realizar ofertas semanales, descuentos y paquetes familiares para incentivar la compra.

PASOS 3 Y 4

Paso 3: Mejorar la imagen del negocio

Utilizar fotografías y videos atractivos que muestren la calidad de los productos.

Paso 4: Implementar publicidad local

Colocar anuncios en puntos estratégicos y utilizar medios accesibles para llegar a más clientes.

PASOS 5 Y 6

Paso 5: Optimizar la rotación de inventarios

Aplicar estrategias para vender primero los productos más antiguos y evitar pérdidas.

Paso 6: Ajustar horarios del personal

Establecer turnos rotativos según la demanda para mejorar la atención al cliente.

PASOS 7 Y 8

Paso 7: Capacitar al personal

Entrenar a los empleados para que realicen múltiples funciones de manera eficiente.

Paso 8: Evaluar resultados continuamente

Medir ventas, rotación de inventario y desempeño del personal para tomar mejores decisiones.

9.4.-Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada.

El presente proyecto se fundamenta en diversas disciplinas como la administración, la mercadotecnia y la contabilidad de costos, las cuales permiten analizar y proponer soluciones a la problemática detectada en la empresa "Los Campos de Chihuahua". Desde el enfoque de la administración, se considera que una adecuada organización del personal y la correcta distribución de funciones son esenciales para el buen funcionamiento de cualquier empresa. La falta de personal y una mala gestión de horarios afectan directamente la productividad, la eficiencia operativa y la calidad en el servicio al cliente. Por ello, la aplicación de principios administrativos como la planeación, organización y control resulta clave para mejorar el desempeño del negocio.

En cuanto a la mercadotecnia, esta disciplina aporta herramientas fundamentales para el posicionamiento de la empresa en el mercado. La implementación de estrategias de marketing digital, como el uso de redes sociales y promociones, permite atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes. La ausencia de publicidad limita el crecimiento de la empresa, reduciendo su visibilidad frente a la competencia.

Por otro lado, la contabilidad de costos permite analizar el impacto financiero de las decisiones empresariales. En este caso, la baja rotación de inventarios genera pérdidas, especialmente al tratarse de productos perecederos. El control adecuado de costos, así como la correcta administración del inventario, contribuyen a mejorar la rentabilidad y a reducir desperdicios.

Asimismo, el proyecto considera la importancia del servicio al cliente, ya que una buena atención influye directamente en la satisfacción del consumidor y en la repetición de compra. La capacitación del personal es un elemento clave para lograr una atención eficiente y de calidad.

En conjunto, estas áreas permiten desarrollar una propuesta integral que busca mejorar la competitividad, incrementar las ventas y asegurar la sostenibilidad de la empresa en el mercado.

9.5.-Organización de la información y las fuentes consultadas.

Secretaría de Economía. (2023). Apoyo a pequeñas y medianas empresas (PyMES).

<https://www.gob.mx/se>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2023). Información económica y empresarial en México.

<https://www.inegi.org.mx>

Servicio de Administración Tributaria (SAT). (2023). Información fiscal para negocios.

<https://www.sat.gob.mx>

Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). Fundamentos de marketing. Pearson Educación.

Chiavenato, I. (2019). Introducción a la teoría general de la administración. McGraw-Hill.

Hansen, D. & Mowen, M. (2003). Administración de costos: Contabilidad y control. Thomson Editores.

HubSpot. (2023). Estrategias de marketing digital.

<https://blog.hubspot.es/marketing>

Shopify. (2023). Guía de marketing para negocios.

<https://www.shopify.com/mx/blog>

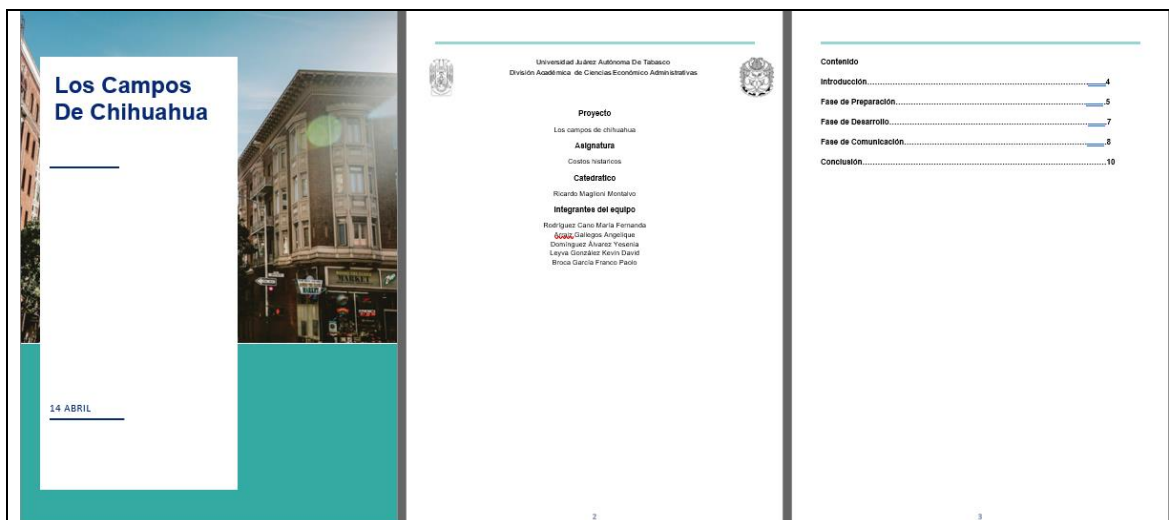
Google Actívate. (2023). Cursos de marketing digital.

<https://learndigital.withgoogle.com/activate>

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

PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO INTEGRADOR

FASES	No.	TEMATICA DE INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	FECHA DE EJECUCIÓN		TIEMPO ESTIMADO	ESTATUS
				INICIAL	FINAL		
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	Se identificaron las siguientes problemáticas en la empresa los campos de chihuahua S. de R.L. , como primer punto la falta de personal suficiente para la atención y distribución, punto 2 nula inversión en el	03/02/2026	06/02/2026	Una semana	concluido
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática	La empresa Los Campos de Chihuahua, S. de R.L., dedicada a la comercialización de frutas frescas al mayoreo y menudeo, presenta actualmente una disminución en ventas y una menor presencia en el mercado local. Esta situación se debe principalmente a la falta de estrategias de marketing y publicidad que permitan fortalecer su posicionamiento y atraer nuevos	09/02/2026	13/02/2026	Una semana	concluido
	3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución	Para atender las problemáticas detectadas en Los Campos de Chihuahua, S. de R.L., se propone implementar una estrategia integral que combine acciones de marketing, mejora en la gestión del recurso humano y optimización del control de inventarios.	16/02/2026	20/02/2026	Una semana	Concluido
	4	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	Los campos de Chihuahua S. de R.L. es una empresa del sector terciario dedicada al transporte de carga especializada con énfasis en productos agrícolas y productos perecederos ofreciendo servicios logísticos eficientes para productores y comercializadores del sureste mexicano. antecedentes historicos: Los Campos de	23/02/2026	27/02/2026	Una semana	Concluido
	5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes	El transporte de productos perecederos constituye una actividad fundamental dentro de la cadena de suministro del sector agroalimentario, ya que permite garantizar	02/03/2026	06/03/2026	Una semana	
	6	Elaboración del Marco Referencial: Marco Teorico y Marco Conceptual	El marco teórico sustenta la investigación en conceptos relacionados con el marketing, la administración del recurso humano y el control de inventarios, los cuales son fundamentales para analizar la situación de la empresa Los Campos de Chihuahua, S. de R.L.	09/03/2026	27/03/2026	Tres semanas	
DESARROLLO	7	Planteamiento en la elaboración de la Guía o Cripticos en una serie de pasos propuestos para su desarrollo	Este material servirá como un recurso accesible para comunicar la razón de ser del proyecto, su propósito y la problemática que lo motiva. En primer lugar, el tríptico permitirá exponer de manera estructurada los fundamentos del proyecto, incluyendo las dificultades	13/04/2026	24/04/2026	Dos semana	
	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	iniciativa se presentan de manera clara y estructurada. En este material se detallan los siguientes aspectos fundamentales: Objetivo del Proyecto: Mejorar el desempeño de la empresa "Los Campos de Chihuahua" mediante la implementación de estrategias de marketing, optimización del recurso humano y mejora	27/04/2026	01/05/2026	una Semana	concluido
	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.	iniciativa se presentan de manera clara y estructurada. En este material se detallan los siguientes aspectos fundamentales: Objetivo del Proyecto: Mejorar el desempeño de la empresa "Los Campos de	04/05/2026	08/05/2026	Una semana	
COMUNICACIÓN	10	Presentación previa de la Diapositiva del proyecto integrador		11/05/2026	15/05/2026	Una semana	
	11	Preparación del Video		18/05/2026	22/05/2026	Una semana	
	12	Presentación del Video		25/05/2026	29/05/2026	Una semana	

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	Se a elegido la empresa Los campos de Chihuahua, para presentar una propuesta que le ayudara a solocionar sus problemas que enfrentan acualmente ya que sus productos	03/02/2026	06/02/2026	Una semana	Rodríguez Cano María Fernanda Arraiz Gallegos Angelique	concluido
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática y posible solución	Se identificaron las siguientes problemáticas en al empresa los campos de chihuahua S. de R.L, como primer punto la falta de personal suficiente para la atencion y distribucion , punto 2 nula iversión el publicidad, 3. baja	09/02/2026	20/02/2026	Dos semana	Rodríguez Cano María Fernanda Arraiz Gallegos Angelique Dominguez Álvarez	concluido
	3	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica	Los campos de Chihuahua S. de RL, es una empresa del sector terciario dedicada al transporte de carga especializada con enfasis en productos agricolas y productos perecederos ofreciendo servicios logísticos eficientes para productores y comercializadores del sureste mexicano. antecedentes historicos: Los Campos de Chihuahua fue fundada en 2017 por un grupo de empresarios tabasqueños con experiencia en logística agroindustrial. Su propósito fue cubrir la necesidad de transporte especializado de frutas frescas desde las zonas productoras hacia centros de distribución nacionales. Con el tiempo, la empresa ha ampliado su flotilla y servicios, incorporando vehículos con sistemas de refrigeración y mejores prácticas de seguimiento de carga. Visión Ser la empresa líder en transporte logístico de productos perecederos en el sureste de México, reconocida por su eficiencia, seguridad y compromiso con la calidad del servicio. Misión Ofrecer soluciones de transporte terrestre confiables y especializadas para frutas y productos agrícolas, garantizando entregas a tiempo, con integridad del producto y atención enfocada en las necesidades de nuestros	23/02/2026	27/02/2026	Una semana	Rodríguez Cano María Fernanda Arraiz Gallegos Angelique Dominguez Álvarez Ysenia Leyva González Kevin David Broca García Franco Paolo	concluido