



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



División Académica de Ciencias Económico Administrativas
Universidad Juárez Autónoma De Tabasco
Licenciatura en Mercadotecnia

Mtra. María Del Carmen Navarrete Torres

Integrantes

OSWALDO JOSÉ LEYVA LÓPEZ

ADRIÁN GONZÁLEZ PALOMERA

FARID EMMANUEL ALVAREZ RUIZ

ANGHELO ASUNCIÓN MÉRITO OLÁN

DARWYN DE LA CRUZ TORRES

JESUS ALBERTO CRISOSTOMO SANCHEZ



DELIRIO

PASTELERO



Antecedentes

Delirio Pastelero es un proyecto de repostería artesanal en etapa temprana, que elabora pasteles personalizados desde casa, sin local físico ni presencia digital. Actualmente funciona solo por recomendación de boca en boca, lo que representa tanto una oportunidad como un reto para su crecimiento.

El nombre busca conectar emocionalmente con el cliente, transmitiendo cercanía, originalidad y un toque artístico en cada creación. Sin embargo, la falta de identidad visual, redes sociales y comunicación estratégica ha limitado su alcance.

Por ello, este proyecto tiene como objetivo desarrollar una campaña publicitaria integral que cree una identidad de marca y establezca una estrategia digital para atraer, fidelizar y convertir nuevos clientes, sentando las bases para consolidar a Delirio Pastelero como un emprendimiento sólido y visible.



Identidad De Marca

Nombre: Delirio Pastelero

Slogan: "Un antojo, un delirio. Cada pastel, una historia."

Descripción: El logo de Delirio Pastelero surge a partir de la necesidad de crear una identidad visual que refleje los valores, el estilo y la esencia de una pastelería artesanal. La intención es transmitir dulzura, creatividad, cercanía y un toque de elegancia, todo con un diseño que se perciba casero pero profesional, accesible pero especial.



Misión

En Delirio Pastelero, cada creación es única, pensada para reflejar emociones y celebrar momentos especiales, conectando con nuestros clientes desde el sabor hasta el detalle.

Visión

Consolidarnos en el primer año como una pastelería artesanal reconocida en redes sociales dentro de Villahermosa, Tabasco, alcanzando una comunidad digital activa, logrando al menos 500 seguidores y posicionándonos como una opción confiable y creativa en pasteles personalizados para toda ocasión.



Objetivos

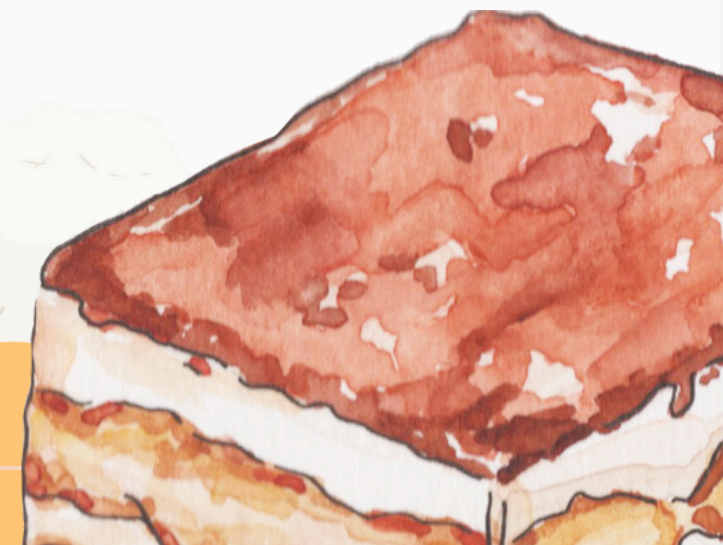


Objetivo General

Posicionar a Delirio Pastelero como una marca líder en repostería artesanal dentro del mercado local de Villahermosa, Tabasco, mediante una estrategia de diferenciación basada en la personalización, estética visual y calidad de sus productos, con el fin de incrementar sus ventas y reconocimiento en el sector.

Objetivo Especifico

Implementar una línea de pastelitos personalizados (cupcakes, mini cakes y postres individuales) como una opción práctica y atractiva para el consumo entre semana, con el propósito de equilibrar la demanda, aumentar las ganancias en días laborales y mantener un flujo constante de ventas más allá de los fines de semana.



Estrategia y Elementos Clave



Identidad de Marca: Desarrollo de misión, visión, eslogan, logo y propuesta de valor.

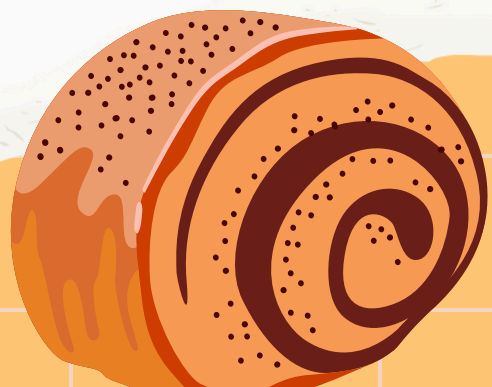
Presencia Digital: Creación y gestión activa de perfiles en Instagram, Facebook y WhatsApp Business.

Comunicación Estratégica: Contenido visual atractivo, promociones temáticas, publicidad pagada y atención directa para concretar pedidos.

Construcción de Comunidad: Objetivo de alcanzar 500 seguidores leales e interactivos.

Metas SMART:

Lograr al menos 50 ventas de postres personalizados durante el periodo y establecer una base sólida de clientes comprometidos que respalden el crecimiento sostenible de la marca.



Perfil Del Cliente Ideal

Edad: 22 a 40 años

Género: Principalmente mujeres

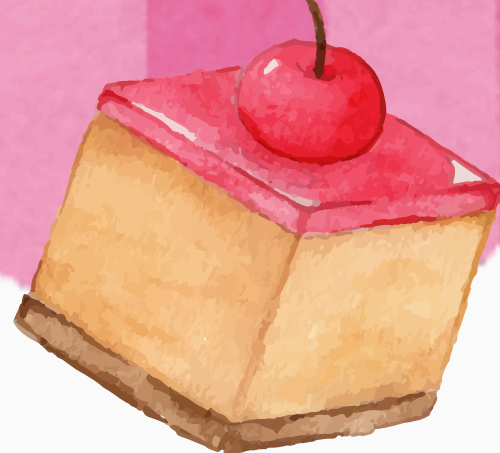
Estado civil: Solteras, casadas o con hijos pequeños

Ubicación: Villahermosa, Tabasco y zonas cercanas.

Nivel socioeconómico: Medio o medio-alto

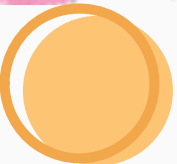
Ocupación: Empleadas, profesionistas, mamás
emprendedoras o estudiantes universitarias

Educación: Nivel medio superior a superior





Datos Psicográficos



- Valora lo hecho a mano, lo personalizado y lo estético
- Activa en redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp)
- Le encanta celebrar fechas especiales como cumpleaños, baby showers o aniversarios
- Busca opciones bonitas y ricas para compartir con su entorno
- Apoya negocios locales y compra por recomendación o redes sociales

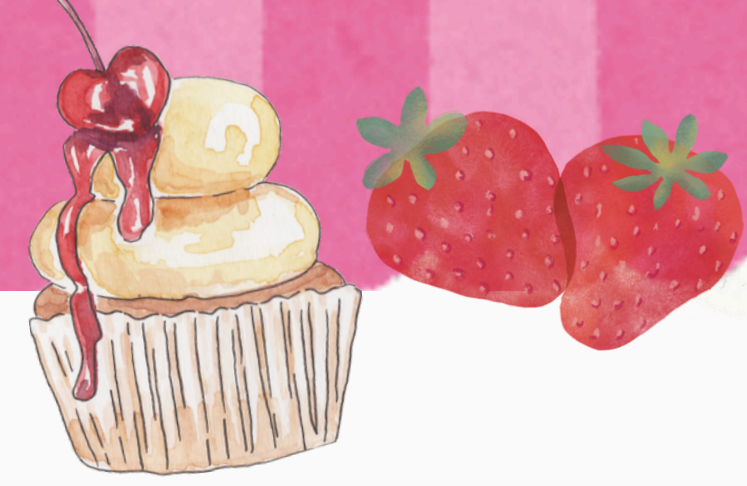


Comportamiento de Compra

- Planifica sus pedidos con anticipación
- Prefiere empaques bonitos y presentaciones creativas
- Dispuesta a pagar más por un pastel único y de calidad
- Comparte su experiencia en redes sociales
- Valora la atención al cliente, la puntualidad y la amabilidad



Necesidades y Deseos



- Quiere sorprender a sus seres queridos con un pastel bonito, temático, personalizado y delicioso, que destaque por su originalidad.
- Busca opciones que no se vean “comerciales” o producidas en masa, sino creaciones únicas que reflejen dedicación, detalle y cariño.
- Desea que el pastel transmita un mensaje especial y que sea parte importante de la celebración, no solo un complemento.
- Valora la exclusividad, la creatividad en el diseño y el toque emocional que hace que cada pastel cuente una historia.





Descripción del Producto

Delirio Pastelero es un emprendimiento artesanal que crea pasteles personalizados desde casa, con enfoque en la repostería creativa, emocional y estética. Cada pastel es diseñado a partir de los gustos e ideas del cliente, transformándose en una experiencia única. Más allá de lo comestible, se busca generar una conexión emocional que haga de cada entrega un momento significativo.



Característica

Ofrecemos pasteles personalizados, cupcakes decorados y mini pasteles temáticos. Todo se elabora bajo pedido con al menos 3 días hábiles de anticipación, sin procesos industrializados. También creamos diseños por temporada para fechas especiales, y los pastelitos individuales permiten ventas durante toda la semana para regalos casuales o antojos personales.



Variables para la Fijación de Precios

- Tamaño del pastel
- Tipo y calidad de ingredientes
- Nivel de personalización y complejidad
- Tiempo de elaboración
- Elementos decorativos (frutas, flores, toppers)
- Presentación y empaque
- Precios desde \$400 MXN hasta más de \$880 MXN, según el caso



Micro ambiente

Delirio Pastelero opera desde casa sin local físico ni redes sociales activas, lo cual representa una limitación actual pero también una oportunidad de crecimiento. Se utilizan proveedores locales, lo que garantiza ingredientes frescos y reduce costos logísticos. La producción está a cargo de una sola persona, lo que implica pocos pedidos pero una alta atención al detalle.

Las ventas son 100% directas, lo cual permite mantener el control del servicio y precios, pero limita el alcance.



Macro ambiente

El mercado actual valora cada vez más los productos personalizados y con historia. Aunque hay retos económicos, un pastel artesanal puede posicionarse como un lujo accesible si se comunica como un detalle con valor emocional.

Las herramientas digitales como redes sociales, WhatsApp y diseño gráfico pueden impulsar la visibilidad sin gran inversión. A futuro, se deben considerar normativas legales y sanitarias si se desea formalizar el negocio.



Análisis De La Situación





Análisis de la situación

Microambiente (entorno externo)

El microambiente influye indirectamente en el desarrollo del negocio y presenta tanto factores favorables como desafíos. Algunos de los aspectos más relevantes son:

- Factores socioculturales: Existe una creciente valoración por productos artesanales, personalizados y con "historia". Las personas buscan detalles
- únicos y están dispuestas a pagar más por algo que les genere una experiencia emocional.
- Factores económicos: El poder adquisitivo en zonas urbanas medias puede verse afectado por la inflación o la inestabilidad económica. No obstante, los pasteles artesanales se posicionan como un lujo accesible, especialmente si se comunican como detalles significativos.
- Factores tecnológicos: El acceso a herramientas como redes sociales, WhatsApp Business, Canva y apps de edición pueden impulsar rápidamente

Microambiente (entorno inmediato de la empresa)

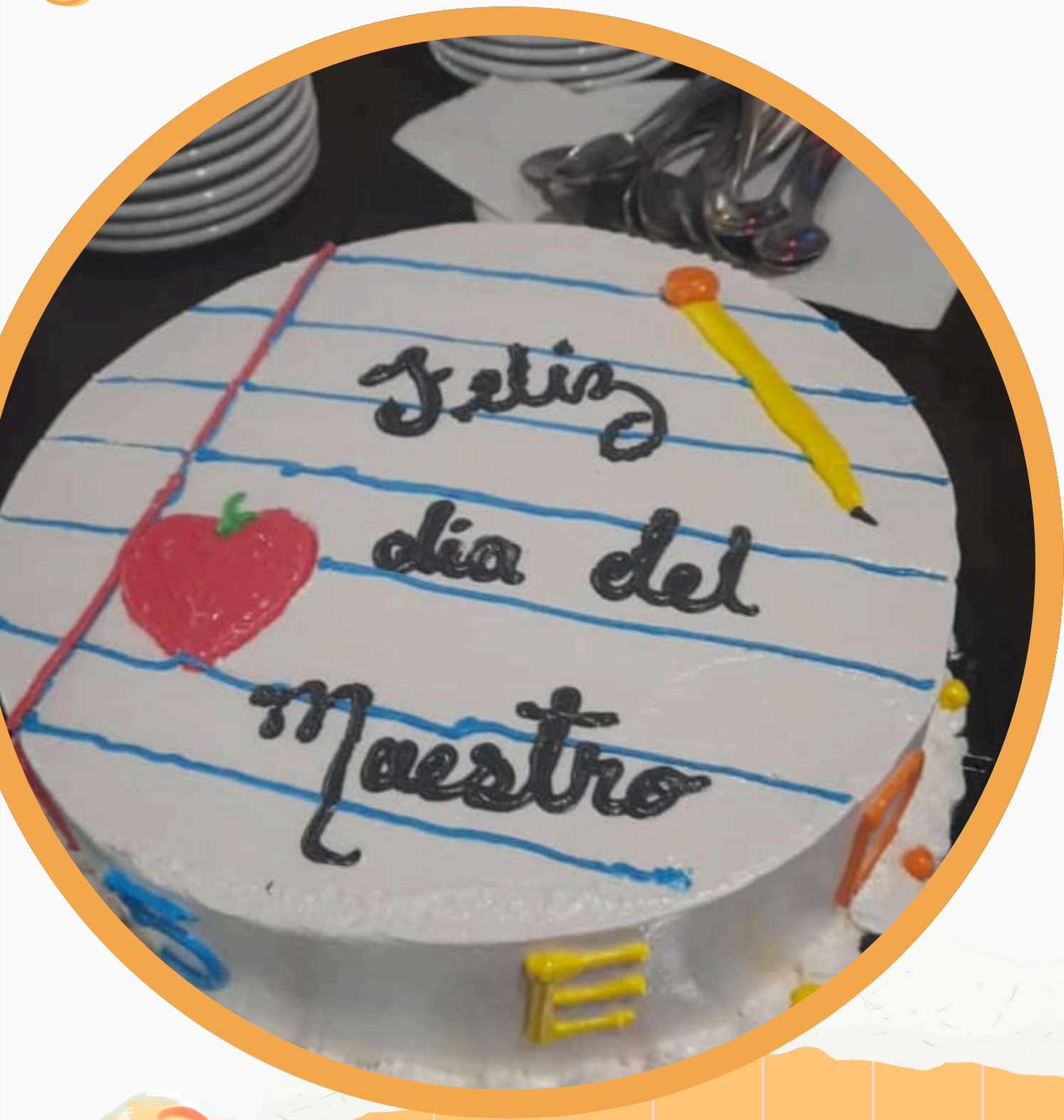
La empresa es un emprendimiento casero de repostería artesanal que actualmente opera sin un local físico, sin redes sociales activas ni presencia de marca consolidada, lo que presenta tanto retos como oportunidades.

- Clientes: El negocio busca atraer a consumidores locales que valoren lo artesanal, lo personalizado y lo estéticamente atractivo. Principalmente, mujeres jóvenes o adultas de entre 20 y 45 años, que celebran cumpleaños, baby showers, aniversarios o fechas especiales.
- Proveedores: Se utilizan proveedores locales de materias primas (harina, azúcar, huevos, frutas, leche vegetal para opciones sin lactosa, crema, chocolate, etc.), lo que reduce costos logísticos y permite mantener ingredientes frescos. Actualmente no hay convenios formales con distribuidores, por lo que se compra por demanda.
- Colaboradores y recursos humanos: Al ser un negocio emprendedor operado desde casa, la producción está a cargo de una sola persona o un equipo muy reducido, lo cual limita la cantidad de pedidos, pero garantiza un mayor control de calidad.
- Intermediarios: No se trabaja con plataformas de venta como Uber Eats, Didi Food o Marketplace, por lo que todas las ventas son directas, lo cual permite mantener el control de precios, atención personalizada y evitar comisiones. Sin embargo, también limita el alcance.

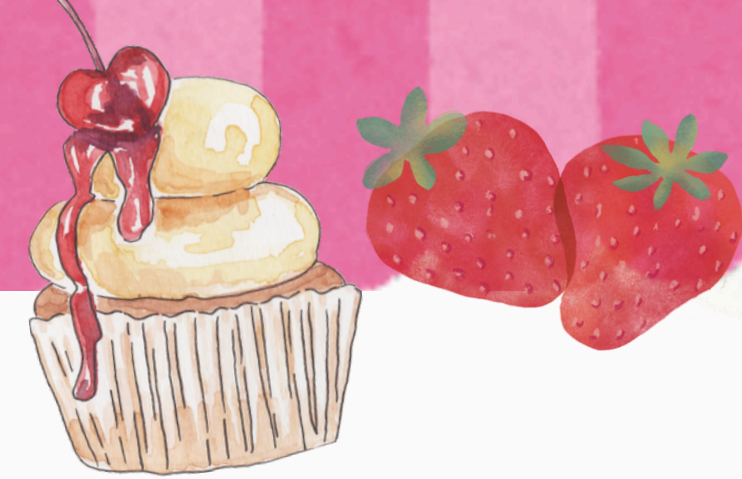


Situación general del giro del mercado

El giro de la repostería artesanal está en auge. En los últimos años, el consumidor ha migrado de los productos genéricos de panadería industrial a opciones más creativas, personalizadas y hechas con ingredientes de mejor calidad. La repostería personalizada no solo ofrece un producto sabroso, sino también una experiencia visual y emocional. En zonas como Villahermosa, Tabasco (mercado objetivo), hay una alta demanda de pasteles decorados para celebraciones familiares, pero también hay saturación de competidores informales que operan desde casa. La clave está en diferenciarse a través del diseño, la presentación, el mensaje emocional y la calidad del servicio al cliente.



Análisis de la competencia y/o proveedores



- **Competencia directa:** Otras reposteras independientes que venden desde casa a través de redes sociales, principalmente Facebook e Instagram. Muchas ya tienen seguidores fieles, precios bajos y galería de productos. Sin embargo, no todas manejan una línea visual clara ni coherencia de marca, lo cual representa una ventaja para Delirio Pastelero si se define un estilo único y elegante.

- **Competencia indirecta:** Pastelerías comerciales como Pastelería La Era, Tere Cazola, El Globo, Súper Pasteles o incluso supermercados como Chedraui y Walmart. Aunque ofrecen variedad, su personalización es limitada y su estética es menos emocional.

- **Proveedores:** Se puede aprovechar la compra en mercados locales, tiendas de materias primas como la repostería, y tiendas de repostería especializadas para cajas y accesorios.



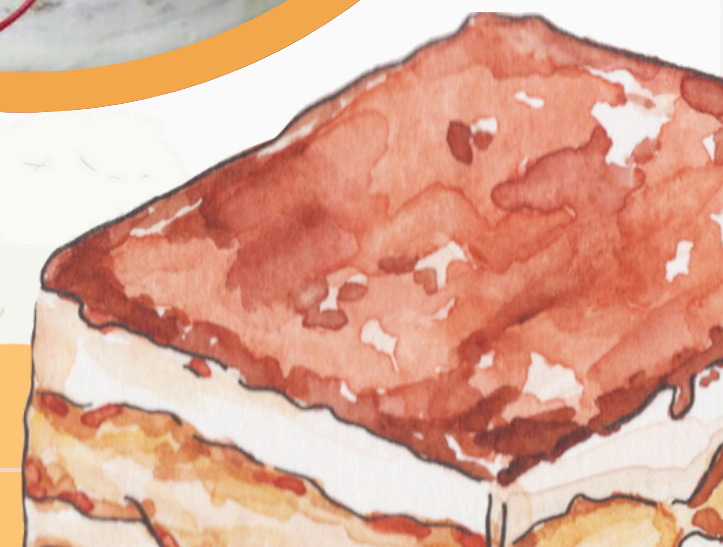
Puntos de venta y promoción actuales.



Actualmente, Delirio Pastelero no cuenta con puntos de venta físicos ni promoción digital activa. Todas las ventas se hacen por recomendación de boca en boca o entre personas conocidas. Esto implica una baja visibilidad, pero también una oportunidad para construir desde cero una estrategia digital coherente, emocional y diferenciadora.

Se propone iniciar con:

- Apertura de página de Facebook e Instagram.
- Uso de WhatsApp Business para atención al cliente.
- Promociones visuales y creativas que muestren el proceso y resultado de los pequeños emprendedores con rostro humano antes que a marcas impersonales.



Fortalezas

- Elaboración artesanal personalizada: Cada pastel se diseña a medida, lo cual permite satisfacer deseos específicos del cliente y generar una experiencia emocional única.
- Calidad en ingredientes y presentación: Se utilizan insumos frescos y de buena calidad. Además, se cuida el detalle visual en cada pastel, desde la decoración hasta el empaque.
- Enfoque emocional y estético: La marca no solo vende un producto, sino que comunica sentimientos a través de sus creaciones. Esto genera un valor simbólico adicional que muchas pastelerías no ofrecen.
- Costos controlados: Al operar desde casa, se reducen costos de renta, luz comercial y personal externo, lo cual permite ofrecer precios competitivos sin comprometer calidad.

Oportunidades

- Creciente demanda de productos artesanales y personalizados: El consumidor actual prefiere lo único, lo hecho a mano, y lo emocionalmente significativo, alejándose de lo industrial.
- Potencial de crecimiento en redes sociales: Las plataformas como
- Instagram, TikTok y Facebook son canales ideales para mostrar el proceso creativo, captar seguidores y generar ventas.
- Segmentos nuevos del mercado: Oportunidades para ofrecer productos a nichos como personas veganas, alérgicas a la lactosa o con restricciones alimenticias.



Debilidades

- Falta de identidad de marca consolidada: Actualmente no se cuenta con logotipo, eslogan, manual de identidad visual ni branding formal.
- Ausencia de presencia digital: No hay redes sociales activas ni página web, lo que limita el alcance y la visibilidad frente al público objetivo.
- Capacidad limitada de producción: Al ser un negocio operado desde casa por una o pocas personas, no se pueden atender grandes volúmenes de pedidos simultáneamente.
- Escasa diversificación del portafolio: Actualmente solo se manejan pasteles, por lo que depender de un solo producto puede generar estancamiento si no se amplía la oferta.
- Dependencia de boca en boca: Aunque útil en las primeras etapas, depender únicamente de recomendaciones

Amenazas

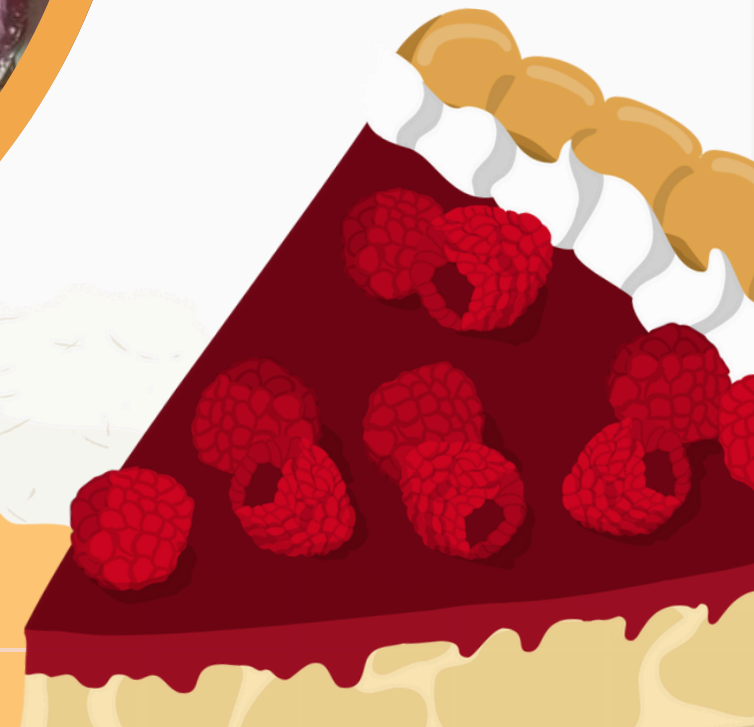
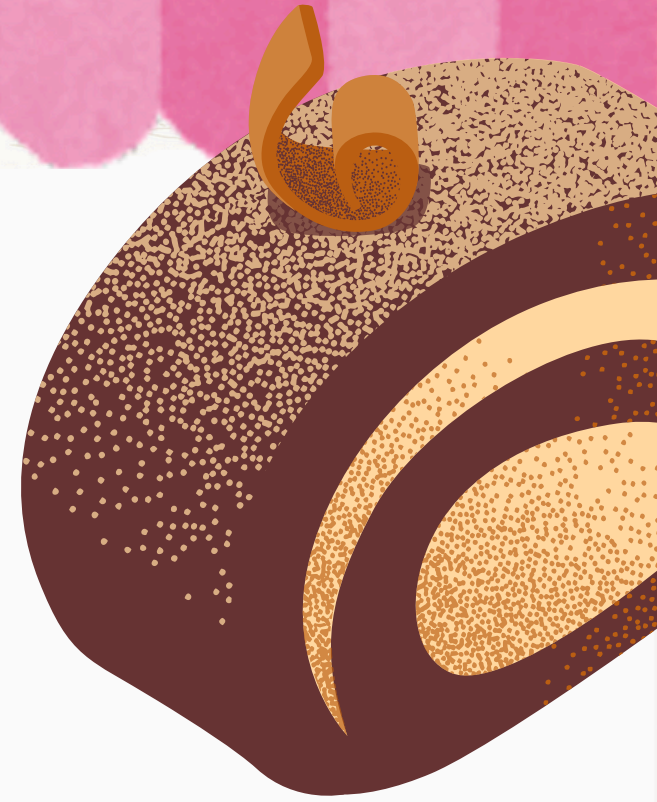
- Alta competencia en el mercado informal: Muchas reposteras caseras ofrecen productos similares y con precios bajos, lo que puede saturar el mercado local.
- Cambios en el comportamiento del consumidor: En épocas de crisis económica, las personas pueden priorizar productos básicos sobre pasteles personalizados.
- Inflación o alza en los insumos: El aumento de precios en ingredientes clave puede afectar el margen de ganancia o exigir ajustes de precios que el mercado no siempre acepta.
- Riesgos sanitarios y normativos: Al no contar con registro oficial, el emprendimiento puede enfrentar limitaciones si se desea escalar o participar en ferias, colaboraciones o eventos formales.

Estrategia creativa



Mensaje clave

"En Delirio Pastelero, cada pastel es una experiencia hecha a mano: único, delicioso y creado para celebrar lo que más amas. Porque un antojo no se ignora... ¡se convierte en un delirio!"



Propuesta de valor

En Delirio Pastelero nos dedicamos a crear experiencias dulces e inolvidables con pasteles artesanales 100% personalizados. Cada uno de nuestros pasteles es una obra de arte comestible, hecha a mano con dedicación, creatividad y los mejores ingredientes del mercado. Nos especializamos en transformar tus ideas, emociones y momentos especiales en diseños únicos, pensados para sorprender y emocionar.



Segmentación demográfica

Este tipo de segmentación se basa en variables estadísticas que permiten delimitar al público objetivo general:

- **Edad:** El segmento principal está entre los 20 y 45 años.
- **Estado civil y tipo de familia:** Solteras, en relaciones, casadas o madres jóvenes. Las mujeres en relaciones sentimentales o con hijos pequeños suelen ser más propensas a comprar pasteles personalizados para fechas clave.
- **Nivel socioeconómico:** Predomina el nivel socioeconómico medio y medio-alto, compuesto por personas con ingresos suficientes para destinar una parte a detalles especiales, sin llegar a productos de lujo.

Segmentación geográfica

Delirio Pastelero tiene un enfoque principalmente local, pero con visión de crecimiento regional:

- **Zona de operación actual:** La distribución se concentra en Villahermosa, Tabasco, en colonias céntricas o residenciales donde la densidad poblacional y la movilidad son adecuadas para la entrega de productos.
- **Tipo de entorno:** Urbano y semiurbano

Segmentación psicográfica

Este tipo de segmentación es crucial para una marca como Delirio Pastelero, que no solo vende un pastel, sino una experiencia emocional, personalizada y visualmente estética:

- **Estilo de vida:** Personas detallistas, que celebran fechas especiales, valoran lo hecho a mano, la estética en los productos y buscan sorprender a sus seres queridos.
- **Personalidad:** Emocionales, afectivas, soñadoras, visuales, sociables y con un fuerte sentido del recuerdo.



Estrategias de Medios

El plan de medios de Delirio Pastelero tiene como objetivo posicionar la marca de manera efectiva en la mente del consumidor, generar reconocimiento y aumentar las ventas mediante la selección estratégica de canales de comunicación adecuados al perfil del cliente ideal.

Objetivo del plan de medios

- Dar a conocer la marca Delirio Pastelero en Villahermosa.
- Aumentar el reconocimiento y recordación de la marca.
- Generar tráfico hacia los canales de contacto y pedido.
- Incrementar las ventas mediante promociones, diseños personalizados y recomendaciones.



Estrategia General

- La estrategia está enfocada en el uso eficiente de medios digitales, directos y colaborativos, dado que Delirio Pastelero no cuenta con una tienda física ni presencia actual en medios de pago. Por ello, se construirá la presencia digital desde cero, combinando una narrativa emocional con recursos visuales llamativos.



Estrategias de Medios

Medios propios

- **Redes Sociales (Instagram, Facebook y TikTok)**

Objetivo: Crear comunidad, mostrar productos y generar confianza.

- Apertura de perfiles oficiales con identidad visual coherente.
- Publicaciones frecuentes (3-4 veces por semana) con fotografías profesionales de los pasteles, reels de preparación, behind the scenes y testimonios de clientes.
- Historias con encuestas, stickers de preguntas y respuestas, y contenido interactivo.
- TikTok creativos con música en tendencia y transformaciones de pasteles.
- Uso de hashtags locales: #Villahermosa #PastelesTabasco #DelirioPastelero.

Medios propios

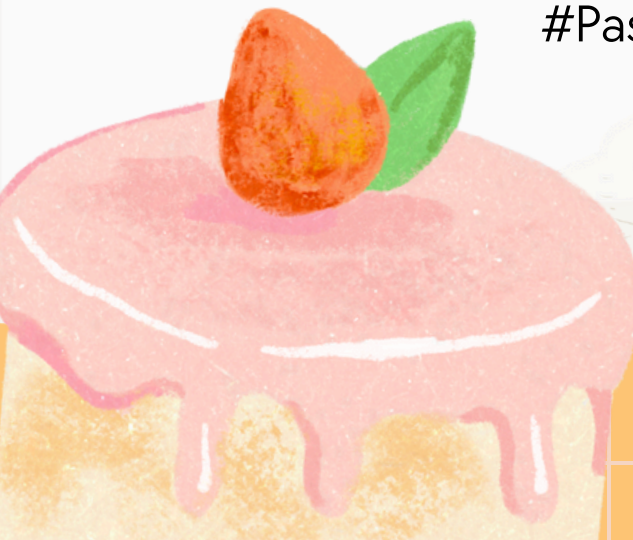
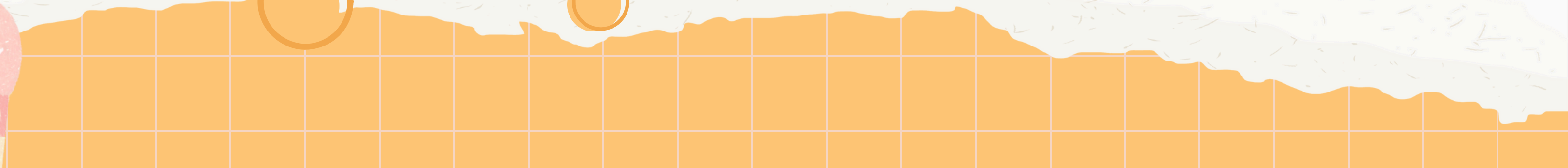
- **WhatsApp Business**

Objetivo: Canal directo para atención y pedidos.

- Catálogo digital con fotos, precios y diseños disponibles.
- Mensajes automatizados para responder dudas frecuentes.
- Seguimiento postventa (agradecimiento, invitación a compartir su experiencia).
- Enlace directo desde redes sociales.

- **Google Mi Negocio (GMB)**

Objetivo: Aparecer en búsquedas locales.

- Perfil con fotos, número de contacto y ubicación de entrega.
 - Reseñas de clientes satisfechos.
 - Actualizaciones con promociones u ofertas limitadas.
- 
- 



Estrategias de Medios

Medios Ganados

- **Marketing de boca a boca (WOM)**

Objetivo: Aprovechar el impacto de recomendaciones.

- Entregar productos con tarjetas de agradecimiento y llamado a compartir
- en redes.
- Incentivar a los primeros clientes con descuentos si recomiendan a otros.
- Invitar a etiquetar a la marca en publicaciones o historias.

Medios Pagados

- **Publicidad en redes sociales (Meta Ads)**

Objetivo: Llegar a nuevos clientes de manera segmentada.

- Campañas geolocalizadas (Villahermosa y alrededores).
- Anuncios con mensajes emocionales, promociones de lanzamiento o fechas clave.
- Segmentación por intereses (cumpleaños, repostería, amor, baby shower, etc.)

Medios Pagados

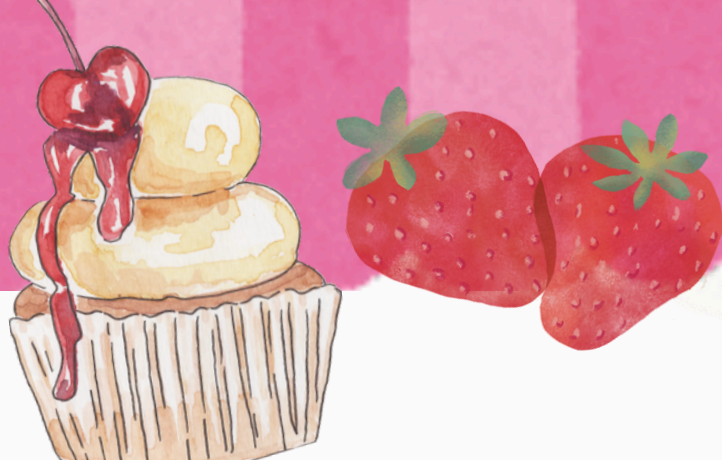
- **Flyers digitales y físicos en puntos estratégicos**

Objetivo: Aumentar visibilidad entre públicos clave

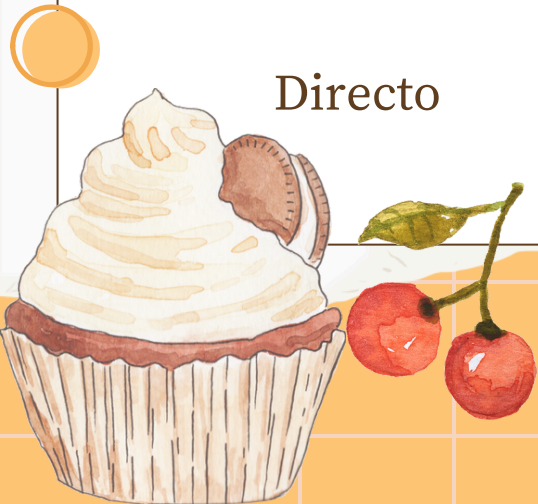
- Distribución digital por grupos de Facebook, WhatsApp.
- Flyers impresos colocados en tiendas de regalos, cafeterías, escuelas de belleza, salones de fiestas, universidades.
- Código QR directo al catálogo de WhatsApp o perfil de Instagram.



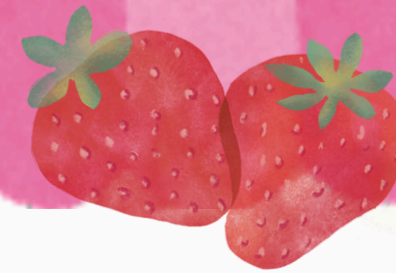
Matriz De Medios.



TIPO DE MEDIO	HERRAMIENTA	OBJETIVO PRINCIPAL	DURACION	INVERSION	ALCANCE
Propio	Instagram	mostrar productos, crecer comunidad, generar confianza	3-4 publicaciones semanales	\$0 (organico)	500-2,000personas al mes
Pagado	Publicidad Meta (facebook/IG Ads)	compartir promociones, conectar con públicos locales	2-3 publicaciones semanales	\$400-\$600 mensual	300-1,500 personas al mes
Propio	WhatsApp	canal directo de pedidos y atencion al cliente	diario	\$0	50-150 clientes potenciales en 3 meses
Directo	Flayers Físicos y Digitales	captar atencion local especialmente en zonas sin redes	2 entregas al mes	\$200	800-1,500 personas por ubicación



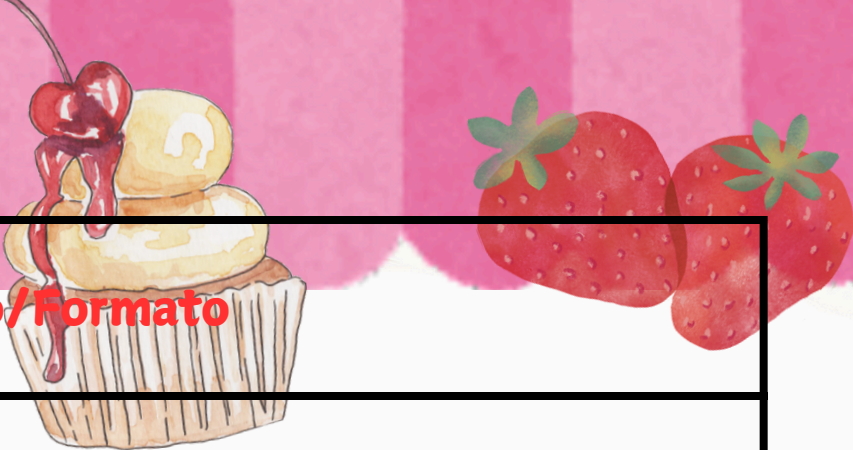
Presupuesto Detallado



Categoria	Detalle	Costo
Diseño De Identidad Grafica	Logo profesional, Tipografía.	\$500.00 MX
Publicidad Pagada En Redes	Meta Ads (Facebook/Instagram).	\$300/Mes X 3 Meses = \$900.00 Mx
Contenido Visual	sesion de fotos de los productos caseros.	\$400.00 Mx
Diseño De Contenido Digital	Creacion de 15 publicaciones + 6 reels por mes	\$150/Mes X 3 Meses = \$450.00 Mx
Impresión De Flayers	500 piezas Tamaño Media Carta A Color, Papel Couche 135g	\$350.00 Mx
Herramientas Digitales	Canva Pro (1 Mes), Capcut Pro (Para Reels), Planificación Con Meta	\$150.00 Mx
Micro-Influencers	2 colaboraciones Con Chicas Locales De 3K-5K Seguidores (Envío De Producto Y Publicación De Story + Reel)	\$250 X 2 = \$500.00 Mx

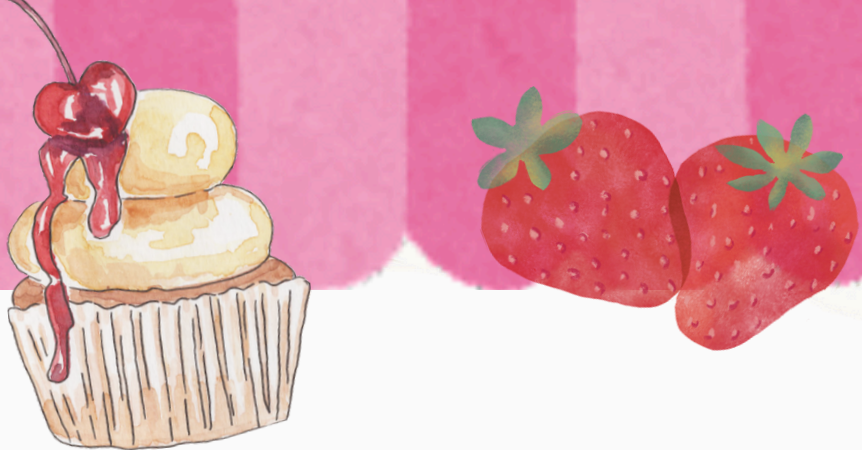


Calendarización

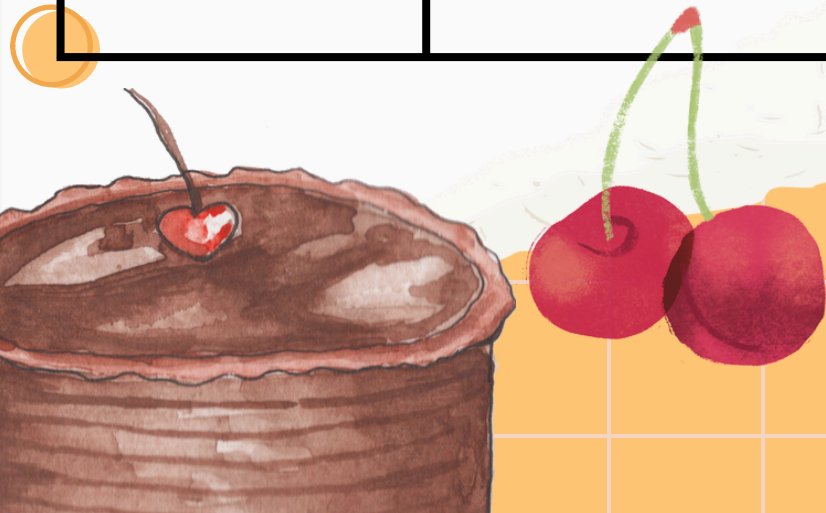


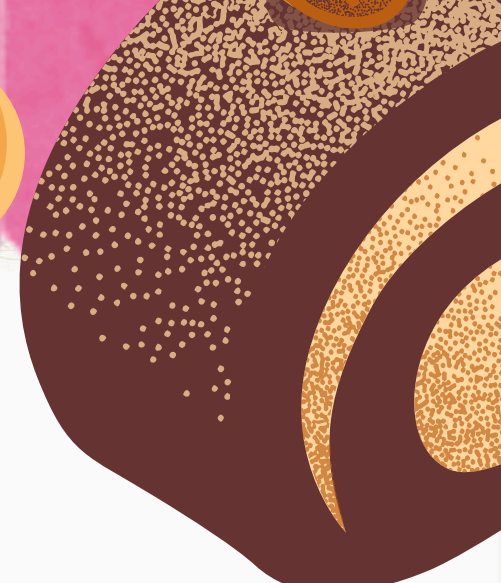
Fecha	Medio/Canal	Actividad	Contenido/Formato
1-5 Mayo	Canva / WhatsApp	Diseño de identidad visual	Logo, paleta de colores, plantillas de Instagram
6-8 mayo	Instagram / Facebook	Creación de redes sociales	Biografía, imagen de bienvenida
9-11 mayo	Fotografía / Canva	Sesión de fotos	Pasteles artesanales en fondo blanco y natural
12-17 mayo	IG / FB	Publicaciones de presentación y menú	Carrusel de bienvenida, menú de productos y precios
18-25 mayo	IG Stories / Meta Ads	Publicidad inicial + encuestas en historias	Historias interactivas + campaña "Conócenos" (\$100 MXN)
1-9 junio	IG Stories / Reels	Encuestas + Tips de personalización	Reel decorativo + stickers dinámicos
10-13 junio	Feed IG / FB	Publicación de testimonios	Carrusel con reseñas de clientes (reales o simulados)
18-20 junio	Redes sociales	Sorteo de pastel	Post con dinámica para ganar un mini pastel

Calendarización



Fecha	Medio/Canal	Actividad	Contenido/Formato
18-20 junio	Redes sociales	Sorteo de pastel	Post con dinámica para ganar un mini pastel
26-30 junio	Reels IG	Video completo del proceso	Reel: "Así se hace tu pastel paso a paso"
1-5 julio	IG / FB	Lanzamiento de promociones	Post: "2x1 en cupcakes" y "Entrega gratis"
10-13 julio	IG Stories	Compartir pedidos en tiempo real	Historias de clientes reales (con permiso)
28-31 julio	Historias + Feed	Publicación de cierre y agradecimiento	Post: "Gracias por confiar en nosotros"





Brief Publicitario

Nombre del Proyecto

- “Delirio de Sabores” – Campaña de posicionamiento y lanzamiento de nueva línea de productos para Delirio Pastelero.

Antecedentes de la Marca

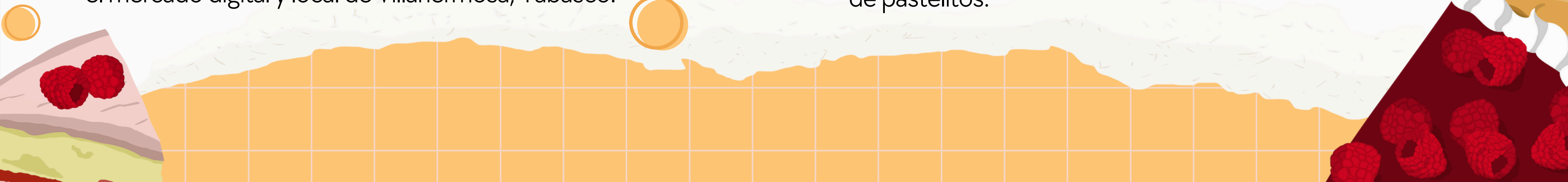
- Delirio Pastelero es una pastelería artesanal, sin local físico, que opera bajo pedidos personalizados desde casa. La marca nace con el objetivo de ofrecer pasteles únicos, personalizados, de gran sabor y estética para celebraciones especiales, en un contexto donde muchas pastelerías priorizan cantidad sobre calidad emocional. Actualmente, no cuenta con redes sociales ni presencia en medios, por lo que esta campaña marca el inicio de su incursión oficial en el mercado digital y local de Villahermosa, Tabasco.

Problema de Comunicación

- La marca no es conocida por el público general. No existe una identidad gráfica ni presencia en redes sociales, lo que limita su capacidad de competir con negocios similares. No se ha establecido una comunidad digital ni un canal de comunicación directo con los clientes potenciales.

Objetivo de Comunicación

- Dar a conocer la marca Delirio Pastelero en Villahermosa, generar identidad de marca, aumentar el reconocimiento, crear comunidad digital, y lograr un incremento en pedidos por redes sociales y WhatsApp durante los primeros 3 meses de la campaña con la implementación de pastelitos.





Brief Publicitario

Público Objetivo (Target)

- **Perfil general:** Mujeres de 20 a 45 años, principalmente, profesionistas, amas de casa o emprendedoras que valoran lo artesanal, personalizado y estéticamente bonito.
- **Segmentos secundarios:** Parejas jóvenes, papás y mamás que celebran cumpleaños infantiles, organizadores de eventos, microempresarios.

Propuesta Única de Valor (PUV)

- En Delirio Pastelero nos dedicamos a crear experiencias dulces e inolvidables con pasteles artesanales 100% personalizados. Cada uno de nuestros pasteles es una obra de arte comestible, hecha a mano con dedicación, creatividad y los mejores ingredientes del mercado.

Medios y Canales

- **Digitales:** Instagram, Facebook, TikTok (orgánico y con pauta).
- **Directos:** WhatsApp Business para pedidos.
- **Promocionales:** Marketing boca a boca, flyers.
- **Apoyo:** Google Mi Negocio.

Duración de la Campaña

3 meses (etapa de posicionamiento inicial).

- **Mes 1:** Presentación de marca y catálogo.
- **Mes 2:** Testimonios, reels y promociones.
- **Mes 3:** Colaboraciones, pauta y fechas especiales.

Indicadores de Éxito (KPIs) Digitales:

- +100 seguidores en cada red social.
- Al menos 30 pedidos mensuales.
- Reseñas positivas en WhatsApp y Google.
- Interacción (comentarios, mensajes) superior al 5%.
- Menciones en redes por clientes o influencers.

Presupuesto Estimado

- \$3,150 MXN en total para los 3 meses, dividido en publicidad pagada, impresiones y colaboraciones con micro-influencers.





GRACIAS

FOR YOUR ATTENTION

