

Universidad Juarez *Autónoma* *de Tabasco*

DACEA

**Del horno al éxito:
mejorando la calidad y
atrayendo más clientes**

ALUMNAS

Yesskarli Espinosa Centeno

Yoselin Ballester Diaz

Ruth Elizabeth Gutiérrez Cabrales

Xóchitl Ozuna Rodríguez

COSTOS HISTORICOS

Ricardo Maglioni Montalvo

INDICE

- Antecedentes
- Problemática
- Posible solución
- Propuesta
- Conclusión y Recomendaciones

FORMATO PARA PRESENTAR LOS PROYECTOS POR EQUIPO	
1.- Equipo:	5
2.- Nombre de los integrantes del equipo:	Xochitl Ozuna Rodríguez Ruth Elizabeth Gutiérrez Cabreles Yoselin Ballester Díaz Yesskarli Espinoza Centeno
3.- Asignaturas que imparten:	Costos históricos
4.- Nombre del proyecto:	Análisis de costos históricos en la pizzería “Lidos pizza” para mejorar la calidad del producto y aumentar las ventas.
5.- Presentación:	En el presente proyecto se enfoca en la pizzería “Lidos pizza”, la cual presenta baja afluencia de clientes y disminución en ventas. Se identifico que uno de los principales factores que afectan el desempeño del negocio es la calidad del producto principalmente por el uso de materia prima de baja calidad y posibles fallas en la mano de obra, lo cual influye directamente en la satisfacción del cliente.
6.- Objetivo:	Diseñar un plan para verificar analizar los costos históricos de la pizzería Lidos Pizza con el fin de identificar oportunidades de optimización en la gestión de recursos, mejorar la calidad del producto y diseñar estrategias que contribuyan al incremento de las ventas.
7.- Tiempo de realización :	10 de febrero al 05 de marzo del 2026.
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	Lo que se sabe: Lo que no se sabe: _____

aprendizaje que saben y los que no saben.	<i>Concepto básico de costos (costos fijos, variables y totales).</i> <i>Elementos del costo de producción (materia prima, mano de obra y gastos indirectos).</i> <i>Importancia de la calidad del producto en la satisfacción del cliente.</i> <i>Relación general entre precio de venta, costos y utilidad.</i> <i>Importancia de las ventas para la rentabilidad del negocio.</i> <i>Manejo básico de registros de ingresos y egresos.</i>	Cómo realizar un análisis comparativo de costos históricos por períodos. Métodos específicos de control y reducción de costos en pizzerías. Cálculo detallado del margen de contribución y punto de equilibrio. Cómo influye la variación de costos en la calidad del producto final. Estrategias financieras para aumentar ventas sin afectar la calidad. Uso de indicadores financieros para la toma de decisiones. Herramientas tecnológicas para el control de inventarios y costos.	
8.2.- Realizar una lluvia de ideas en la que se plantea la solución al problema.	• Estandarizar el proceso de preparación de las pizzas. • Capacitar al personal en técnicas de preparación y servicio. • Utilizar ingredientes frescos y de mejor calidad. • Implementar controles de calidad antes de la entrega al cliente. • Recoger opiniones de los clientes para detectar áreas de mejora. • Crear promociones especiales en días de baja demanda. • Implementar combos familiares o descuentos por volumen. • Ofrecer servicio a domicilio o mejorar el ya existente. • Promocionar el negocio en redes sociales. • Crear programas de fidelización para clientes frecuentes. • Introducir nuevos sabores según la preferencia del mercado.		

PLANEACIÓN ESTRATEGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO INTEGRAL								
FASES	No.	TEMATICA DE INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL TEMA DE	FECHA DE EJECUCIÓN		TIEMPO ESTIMA	ESTATUS	
				INICIAL	FINAL			
PREPARACIÓN	1	Identificación y elección de la empresa con la problemática	se determino que la empresa elegida sera la sucursal de la pizzería lidos pizza, ubicada en al visitar a la sucursal, identificamos la falta de marketing hacia el producto. Asi como adquirimos el producto	04/02/2026	06/02/2026	Una semana	concluido	Se de desars cons inform
	2	Planteamiento claro de la identificación de la problemática	En base a esto la propuesta elegida es implementar pantallas dinamicas e	09/02/2026	13/02/2026	Una semana	concluido	Se de detec se de integ inves
	3	Planteamiento claro de la propuesta de la posible solución	Antecedentes Historicos: Lido's Pizaa es una empresa 100% mexicana que inició sus operaciones en el estado de Oaxaca. Su modelo de negocio se centró en ofrecer una pizza con ingredientes frescos y una masa de receta única que se alejara del sabor "congelado" de las franquicias internacionales. Giro: Comercial y de Servicios. Actividad: Producción, elaboración y comercialización de alimentos (específicamente pizzas y complementos) para consumo en establecimiento y entrega a domicilio.	16/02/2026	20/02/2026	Una semana	Concluido	Se de en la ideas llevar
	4	Conoce tu empresa (Antecedentes Historicos) : Actividad o Giro, Visión, Misión, Objetivos, metas, estructura organica		23/02/2026	27/02/2026	Una semana	Concluido	Se de hisot concl estud
	5	Elaboración del Marco Referencial: Antecedentes			06/03/2026	Una semana		Se in de la eylvuc

8.5.- Fundamentar las acciones que van a realizar en base a la información obtenida.	• Analizar la estrategia de marketing que actualmente aplica la sucursal, evaluando el uso de redes sociales, promociones, publicidad local y posicionamiento frente a la competencia, con base en la información obtenida en la investigación. • Se identificó que las bajas ventas se deben a poca publicidad y escasa presencia en redes sociales. • Se detectó falta de promociones y estrategias para atraer nuevos clientes. • Por ello, se propone fortalecer el marketing digital y aplicar promociones atractivas.
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	• Pasaje • Compra del producto • Papeles • Lapiceros • Computadora • Celulares • Internet • Páginas digitales • Power point • Excel • Word • Consultas web Tiempo aire • Uso de computadoras y celulares

	Licenciatura en Contaduría Pública	Mercadotecnia	Analizar el impacto de la falta de publicidad en las ventas y posicionamiento del producto para así, proponer estrategias de comunicación y promoción para aumentar la visibilidad de producto, además de identificar que se necesita para hacerlo mas atractivo	1.- Investigación de mercado 2.-Estrategias de promoción 3.- Estrategias para hacer promociones 4.- Presupuestos
	Licenciatura en contaduría pública	Administración	Analizar cómo la falta de publicidad afecta la gestión y ventas del producto, así como planificar estrategias para optimizar la inversión en marketing y que pueda resultar en ganancias, además de aplicar una buena asignación de recursos y responsabilidades para mejorar la promoción del producto.	1. Planeación estratégica. 2. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). 3. Gestión de recursos. 4. Toma de decisiones. 5. Control y seguimiento.

9.3.- Elaborar las evidencias.	CARA 1 Se aprecia la portada del tríptico, en la cual esta presente el nombre de nuestro proyecto, al igual que el nombre de la empresa	CARA 2 se aprecian imágenes de nuestra autoría obtenidas en la visita a la sucursal	CARA 3 en esta apreciamos la solución planteada para nuestro proyecto
	CARA 4 Se describe a nuestra empresa	CARA 5 aquí se aprecia el producto elegido "Lidos Pizza"	CARA 6 aquí apreciamos la problemática que estamos abordando en nuestro proyecto
9.4.- Construcción de un marco de referencia en base a la información encontrada .	Marco histórico Lido's Pizza es una empresa 100% mexicana que inició sus operaciones en el estado de Oaxaca. Su modelo de negocio se centró en ofrecer una pizza con ingredientes frescos y una masa de receta única que se alejara del sabor "congelado" de las franquicias internacionales. <i>Misión:</i> Ofrecer productos frescos y una masa única para satisfacer a sus invitados. <i>Visión:</i> Ser la pizzería número uno en las ciudades donde tienen presencia, llegando a mercados donde otros no están. Marco conceptual: Calidad de la materia prima: La calidad de la materia prima se refiere al cumplimiento de características específicas que permiten garantizar un producto final adecuado. Según Philip Kotler y Gary Armstrong, la calidad está relacionada con la capacidad de un producto para satisfacer las necesidades del cliente desde su origen, incluyendo los insumos utilizados.		

	Satisfacción del cliente: Es el resultado de comparar las expectativas del cliente con el desempeño percibido del producto o servicio (Kotler & Armstrong). Fidelización del cliente: Se refiere a la creación de relaciones duraderas con los clientes, generando repetición de compra (Kotler & Keller). Preparación del producto: Es el conjunto de actividades necesarias para transformar insumos en bienes finales, siguiendo procesos definidos dentro de la producción (Horngren et al.). Marco teórico: empresa del sector restaurantero es una organización dedicada a la producción y venta de alimentos y bebidas, con el objetivo de satisfacer necesidades de consumo inmediato. Este tipo de empresas forman parte del sector terciario de la economía, ya que brindan servicios directamente al cliente. Dentro de este sector, las pizzerías como Lidos Pizza se clasifican como establecimientos de comida rápida o casual, caracterizados por ofrecer productos estandarizados, tiempos de servicio rápidos y precios accesibles. Origen y evolución de Lidos Pizza Lidos Pizza es una empresa mexicana de origen oaxaqueño dedicada a la elaboración y comercialización de pizzas y alimentos complementarios. Su crecimiento se ha basado en el uso de ingredientes frescos y recetas propias que buscan diferenciarse de las franquicias internacionales. Existen diferentes referencias sobre su origen: • Se menciona que surgió como un negocio local impulsado por emprendedores apasionados por la gastronomía, logrando posicionarse en Oaxaca por su calidad y sabor. • También se reconoce que inició operaciones formales en algunas sucursales alrededor de 2019, consolidándose como una empresa pequeña en crecimiento. Con el tiempo, la empresa ha expandido sus sucursales en distintas regiones del sur de México, principalmente en Oaxaca, llegando a contar con múltiples puntos de venta. Giro y actividad económica El giro de Lidos Pizza corresponde al sector de servicios de alimentos, específicamente: • Preparación de pizzas • Venta de comida rápida (hamburguesas, alitas, papas, etc.) • Servicio para llevar y en algunos casos a domicilio Este tipo de actividad se clasifica dentro de los restaurantes con servicio de preparación de alimentos para consumo inmediato.
--	---

	Propuesta de valor La propuesta de valor de Lidos Pizza se centra en: • Uso de ingredientes frescos • Recetas propias y sabores diferenciados • Combinación de cocina italiana con toques regionales mexicanos • Atención al cliente y servicio rápido Además, la empresa busca ofrecer productos únicos que no se encuentren fácilmente en otras pizzerías, lo que fortalece su identidad de marca. Productos y servicios Lidos Pizza ofrece una variedad de productos dentro de su menú, entre los que destacan: • Pizzas tradicionales (pepperoni, hawaiana, mexicana) • Especialidades con ingredientes variados • Alitas, papas y complementos • Postres y bebidas Su menú busca satisfacer distintos gustos, incluyendo opciones clásicas y combinaciones innovadoras. Importancia en el mercado local Lidos Pizza representa un ejemplo de empresa local que ha logrado competir con cadenas internacionales gracias a: • Adaptación a los gustos regionales • Precios accesibles • Expansión mediante sucursales • Identidad cultural (empresa oaxaqueña) Este tipo de negocios contribuye al desarrollo económico local al generar empleo y fomentar el consumo de productos regionales. En términos teóricos, Lidos Pizza puede analizarse como una empresa del sector restaurantero que combina elementos de emprendimiento, diferenciación de producto y expansión regional. Su modelo se basa en la calidad, la identidad local y la satisfacción del cliente, factores clave en la competitividad dentro de la industria de alimentos
9.5.- Organización de la información y las fuentes consultadas.	Fuente: Marco histórico: Lidos Pizza - Piensa en Pizza... Piensa en Lidos. (s/f). Lidospizza.Mx. Mx. Mx. Recuperado el 18 de marzo de 2026, de https://lidospizza.mx/ Marco conceptual:

	Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). <i>Fundamentos de marketing</i>. Pearson. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). <i>Dirección de marketing</i>. Pearson. Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2018). <i>Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial</i>. Pearson. Marco teórico: Lidos Pizza - Piensa en Pizza... Piensa en Lidos. (s/f). Lidospizza.Mx. Mx. Mx. Recuperado el 18 de marzo de 2026, de https://lidospizza.mx/ Lidos Pizza. (s.f.). <i>Menú de productos</i>. Recuperado el 16 de diciembre del 2023. Mexico Pymes. (2022). <i>Lidos Pizza</i>. Recuperado el 06 de mayo 2024, de Consultar ficha empresarial AllBiz México. (s.f.). <i>Lidos Pizza Símbolos</i>. Recuperado el 14 de abril de 2025, de Ver información del negocio Indeed. (s.f.). <i>Lidos Pizza: información laboral</i>. Recuperado 09 de marzo del 2022 de Consultar perfil laboral Lidos Pizza. (s.f.). <i>Sucursales en Oaxaca</i>. Recuperado el 05 de diciembre del 2025.
9.6.- Presentación del reporte en Word	

	INDICE • Antecedentes • Problemática • Posible solución • Propuesta • Conclusión y Recomendaciones	
10.- Fase de Comunicación		
10.1.- Power Point	 UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO División Académica de Ciencias Económico Administrativas <i>Proyecto Integrador</i> Materia: Costos Históricos Integrantes del equipo: Xóchitl Ozuna Rodríguez Ruth Elizabeth Gutierrez Cabrales Yesskarli Espinoza Centeno Yoselin Ballester Díaz Equipo: 5	

	 ▼ Análisis de costos históricos en “LIDOS PIZZA” para mejorar la calidad del producto y aumentar las ventas.
10.2.-Las evidencias	Dado que los clientes no eligen frecuentemente consumir en Lidos Pizza en comparación con otras pizzerías, se propone como solución la aplicación de encuestas para conocer las razones de su baja preferencia. Asimismo, se sugiere ofrecer degustaciones del producto y resaltar sus mejoras en calidad, con el fin de que los clientes conozcan su sabor y características, permitiendo así desarrollar una estrategia de ventas más efectiva. • Lidos Pizza presenta poca visibilidad debido a la falta de publicidad y promoción, lo que provoca que no sea una opción reconocida por los clientes. Por ello, se propone implementar estrategias de marketing como el uso de redes sociales y menús más atractivos con imágenes llamativas que permitan destacar el producto y generar mayor interés. • Lidos Pizza cuenta con potencial para posicionarse en el mercado; sin embargo, las bajas ventas indican que no está llegando al público adecuado. Considerando esto, se plantea enfocar las estrategias de marketing hacia familias, jóvenes y consumidores frecuentes de comida rápida, resaltando la calidad, el sabor y el precio accesible, con el objetivo de atraer más clientes y aumentar las ventas mediante una mejor segmentación del mercado. Cara 2 Cara 6 Cara 1

ACERCA DE... Lidos Pizza es una empresa dedicada a la elaboración y venta de pizzas, fundada en 2016 por un emprendedor con amplia experiencia en el sector. Su objetivo es ofrecer productos frescos y de alta calidad, brindando un servicio que garantice la satisfacción del cliente. Además, gracias a las propiedades de sus ingredientes tiene diversos beneficios para la salud como: • Aporta energía gracias a los carbohidratos de la masa • Contiene calcio por el queso, bueno para los huesos • La salsa de tomate aporta antioxidantes (licopeno) • Puede ser más digestiva si se usan ingredientes frescos 	UNIVERSIDAD JUAREZ AUTONOMA DE TABASCO  COSTOS HISTORICOS • Xochitl Ozuna Rodríguez • Ruth Elizabeth Gutiérrez Cabreles • Yoselin Ballester Díaz • Yesskarli Espinosa Centeno	LIDOS PIZZA “para mejorar la calidad del producto y aumentar las ventas” 
Cara 3	Cara 4	Cara 5
 El negocio opera en el giro comercial y de servicios, enfocándose en la producción y comercialización de alimentos tanto en establecimiento como a domicilio. A lo largo del tiempo, ha logrado crecer y posicionarse en el mercado; sin embargo, actualmente enfrenta retos relacionados con la calidad del producto y sus estrategias de venta, los cuales buscan resolverse mediante este proyecto.	PROBLEMÁTICA La pizzería Lidos Pizza presenta una disminución en sus ventas y baja afluencia de clientes. Esta situación se debe principalmente a la baja calidad del producto, ocasionada por el uso de materia prima deficiente y fallas en la preparación. Además, el negocio carece de estrategias efectivas de marketing, lo que limita su visibilidad y posicionamiento en el mercado. La falta de promociones, publicidad y presencia en redes sociales también influye negativamente en la atracción de nuevos clientes y en la fidelización de los actuales.	SOLUCION Para mejorar la situación de Lidos Pizza, se proponen las siguientes estrategias: • Utilizar ingredientes frescos y de mejor calidad • Capacitar al personal en la preparación y atención al cliente • Implementar controles de calidad antes de la entrega • Crear promociones y combos atractivos • Fortalecer la publicidad en redes sociales • Ofrecer o mejorar el servicio a domicilio • Implementar programas de fidelización para clientes frecuentes 

La presente evidencia es un “tríptico” el cual consta de 6 caras, donde a continuación se describe el contenido de cada una de ellas:

- **Cara 1:** se aprecia la portada del tríptico, en el cual esta presente el nombre de nuestro proyecto, al igual que el nombre de la empresa

	• Cara 2: aquí se aprecia y describe el producto elegido “Lidos pizza” • Cara 3: en esta apreciamos el giro de la empresa • Cara 4: Se describe la problemática de la empresa • Cara 5: Se describen las posibles soluciones • Cara 6: se aprecian a los integrantes del equipo
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	