



**PROYECTO: PLAN DE INTELIGENCIA DE MERCADO PARA LOS
PRODUCTOS ITSON DE LAS INICIATIVAS ESTRATÉGICAS**

II Informe de Avances

Dirección de Planeación

Ciudad Obregón, Sonora, agosto de 2010.

CONTENIDO

I	Propósito.....	4
ii	Antecedentes.....	5
iii	Plan de trabajo	6
	Etapa. Diagnóstico a Iniciativas estratégicas	
1.-	Investigar programas de posgrado ITSON relacionados a la inteligencia de mercados	8
2.-	Contactar coordinadores de posgrados para plantear necesidades de alumnos.....	8
3.-	Trabajar en diseño del instrumento para el diagnóstico. Cuestionario.....	9
4.-	Enviar información a responsables de iniciativas estratégicas sobre visita/entrevista....	10
5.-	Agendar entrevistas a responsables de iniciativas estratégicas.....	10
6.-	Realizar entrevistas guiada-encuesta a responsables.....	11
7.-	Procesar y analizar la información.....	11
7.1.	Información general de la iniciativa.....	11
7.2.	Área de Mercados.....	12
7.3.	Área Estratégica.....	13
7.4.	Área de Procesos.....	14
7.5.	Área de Difusión y promoción de la Iniciativa.....	15
8.-	Trabajar en la realización de Informe del diagnóstico.....	16
9.-	Realizar Informe del diagnóstico.....	16
10.-	Difundir resultados del diagnostico.....	16
	Etapa. Diseño de Página Web para el Proyecto	
11.-	Gestionar espacio para página del proyecto.....	16
12.-	Trabajar en la elección de los contenidos para la página.....	17
13.-	Contactar diseño gráfico para apoyo de alumnos de prácticas profesionales en el diseño de página.....	19
14.-	Validar contenidos y diseño de la página web.....	19
15.-	Abrir la página del proyecto a la comunidad en general.....	20
16.-	Informar a los responsables de iniciativas la existencia de pag. Web.....	20
17.-	Actualizar información de la página.....	20
	Etapa. Elegir Nuevos Productos y/o Servicios	
18.-	Identificar de las iniciativas mas avanzadas los nuevos productos y/o servicios ITSON a investigar.....	21
19.-	Investigar en información documental tendencias en productos homogéneos.....	21
20.-	Realizar análisis entre productos de iniciativas aventajadas y tendencias en productos	23

investigados	24
21.- Seleccionar los nuevos productos y/o servicios ITSON.....	24
22.- Segundo Informe de actividades del proyecto.....	24
23.- Identificar a colaboradores en esta etapa (responsables de iniciativas, maestros de posgrado, alumnos, personas de áreas académicas).....	24
24.- Trabajar en la determinar tópicos a investigar de los N. productos y/o servicios ITSON.	25
25.- Reunión para revisar los contenidos de la investigación de mercado para los productos seleccionados.....	25
26.- Diseñar estrategia de colaboración para cumplir con las metas.....	25
27.- Llevar a cabo la investigación de mercados.....	25
Etap. Habilitar a responsables de Iniciativas Estratégicas	
28.- Identificar responsables y equipos de trabajo de Iniciativas a habilitar.....	26
29.- Realizar talleres de capacitación relativos al análisis del mercado.....	26

Índice de Tablas, Figuras y Anexos

Tablas		
Tabla 1.	Reportes de programas: Maestría de Administración y Desarrollo de Negocio...	8
Tabla 2.	Agenda a Responsables de IE.....	10
Tabla 3.	Resultados entrevista. Información general.....	11
Tabla 4.	Resultados entrevista. Área de Mercado.....	12
Tabla 5.	Resultados entrevista. Área Estratégica.....	13
Tabla 6.	Resultados entrevista. Área de Procesos.....	14
Tabla 7.	Resultados entrevista. Área de Difusión.....	15
Tabla 8.	Inteligencia de Mercado, páginas en Internet consultadas.....	17
Tabla 9.	Información enviada a Diseño gráfico.....	19
Tabla 10.	Correo enviado a los responsables de Iniciativas Estratégicas vía Dotproject....	20
Tabla 11.	Tabla 11. Matriz de concentrado de resultados de encuesta.	21
Tabla 12.	Concentrado de la Información de tendencias de productos del CETT	22
Tabla 13.	Concentrado de la Información de tendencias de productos del CESS	23
Tabla 14.	Proporciones de avances por metas.....	26
Figuras		
Figura 1.	Instrumento para el diagnóstico a IE.....	9

Propósito

El propósito de este documento es presentar los avances que se tienen hasta la fecha del proyecto de inteligencia de mercados para los productos derivados de las iniciativas estratégicas del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), a través de la exposición de los pasos que se han considerado y los cuales permiten dar continuidad al proyecto anterior, (PIEMSS) **Proyecto de Integración Económica Municipal del sur de Sonora**

El objetivo a cumplir a través del proyecto es determinar la factibilidad de los productos ITSON seleccionados en mercados de alto valor (nacionales e internacionales), a través de la aplicación de inteligencia competitiva (mercado) para ser generados en la región sur de Sonora.

Asimismo se presentarán los principales resultados obtenidos en las etapas alcanzadas hasta el momento.

Antecedentes

Actualmente el ITSON ha avanzado cualitativamente de manera importante en su estrategia para impactar en el desarrollo económico, social y ambiental de la región del sur de Sonora, a través de la conceptualización y estructuración de cuatro ecosistemas de innovación, sustentados en 12 iniciativas estratégicas.

Esta dinámica ha generado una gran experiencia que se ha ido documentando en el acervo estratégico de la institución, por lo que surge la oportunidad de reforzar la contrastación con las capacidades endógenas regionales, de tal manera que se tomen decisiones oportunas sustentadas en un proceso de obtención, análisis, integración y difusión de información de valor estratégico sobre dichas capacidades regionales.

Considerando que para acelerar la integración de la región a la economía globalizada y lograr la mejora continua de los procesos productivos, se requiere una estrategia de internacionalización que en primera instancia, articule los rasgos culturales que nos dan identidad propia e impulse desde lo local la construcción y la inserción exitosa de organizaciones e instituciones en la sociedad y economía del conocimiento con base en la innovación y la generación de productos y servicios de alto valor agregado.

El ITSON propone la conversión del sur de Sonora en una región de conocimiento con altos niveles de bienestar. Para este elevado propósito necesariamente se requiere de conocer el mercado para los nuevos productos y servicios ITSON, así como sus productos homogéneos a nivel internacional, brindando una propuesta mas eficiente y de mayor certidumbre al momento de su inserción; hoy en día conocida a esta práctica como “inteligencia de mercado” o “inteligencia competitiva”, la cual permite incidir en el objetivo institucional de Identificar oportunidades que permitan desarrollar productos y servicios institucionales que impacten en la misión y visión.

El proyecto propone trabajar en esta primera etapa con las iniciativas estratégicas mas aventajadas para generar una mayor potencialidad en la región sur de Sonora y en una segunda etapa se considerará algunas otras de las iniciativas con el antecedente y experiencia de las anteriores; esto permite minimizar la curva de experiencia.

Se plantea introducir a alumnos de prácticas profesionales de nivel profesional (por ejemplo, LEF) y también de maestría, como parte de un programa para la etapa de análisis de mercados y productos homogéneos.

Plan de Trabajo

Plan de Trabajo PIMIE

■ Actividad a realizar en tiempos
■ Espacios por Vacaciones

Actividades	Ene				Feb				Mar				Abr				May				Jun				Jul				Ago				Sep				Oct				Nov				Dic							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
ETAPA: Realizar diagnóstico a iniciativas estratégicas																																																				
Investigar programas de postgrado ITSON relacionados a la inteligencia de mercados																																																				
Contactar coordinadores de postgrados para plantear necesidades de alumnos																																																				
Procesar información recabada de la comunicación con área de postgrado																																																				
Trabajar en diseño del instrumento para el diagnóstico. Cuestionario																																																				
Enviar información a responsables de iniciativas e estrategias sobre visita/entrevista																																																				
Agendar entrevistas a responsables de iniciativas e estrategias																																																				
Realizar entrevistas guiada-encuesta a responsables																																																				
Procesar información																																																				
Trabajar en diseño de matriz para captura de datos de encuesta																																																				
Analizar la información																																																				
Trabajar en la realización de Informe del diagnóstico																																																				
Realizar Informe del Diagnóstico																																																				
Difundir resultados del diagnóstico																																																				
ETAPA: Diseñar Pagina Web para el Proyecto																																																				
Gestionar espacio para pagina del proyecto																																																				
Trabajar elegir los contenidos que contendrá la pagina																																																				
Contactar diseño grafico para apoyo de alumnos de practicas profesionales en el diseño de pagina																																																				
Validar contenidos y diseño de la pagina web																																																				
Abrir la pagina del proyecto a la comunidad en general																																																				
Informar a los responsables de iniciativas la existencia de pag. Web																																																				
Actualizar información de la pagina																																																				
ETAPA: Elegir Nuevos productos y/o servicios ITSON de las iniciativas estratégicas seleccionadas																																																				
Identificar de las iniciativas mas avanzadas los N. productos y/o Servicios ITSON a investigar																																																				
Investigar en información documental tendencias en productos homogéneos																																																				
Realizar análisis entre productos de iniciativas a ventajadas y tendencias en productos investigados																																																				
Trabajar en la eleccion de N. productos y/o servicios a realizar inteligencia de mercado																																																				
Seleccionar los N. Productos y/o Servicios ITSON																																																				
Realizar Segundo Informe de actividades del proyecto																																																				
Informar a los responsables de iniciativas los Productos y Servicios Seleccionados																																																				

Etapa. Realizar Diagnóstico a Iniciativas estratégicas

1.- Investigar programas de posgrado ITSON relacionados a la inteligencia de mercados

Se inició el proyecto con la investigación de los programas de posgrado en el ITSON, relacionados a la temática del proyecto; resultando la **Maestría de Administración y Desarrollo de Negocios (MADN)**, afín para términos de la presente.

Tabla 1. Reportes de programas: **Maestría de Administración y Desarrollo de Negocios**

Acentuación	Asignatura
MERCADOTECNIA	Estrategias de Mercadotecnia. Plan de Mercadotecnia.
NEGOCIOS INTERNACIONALES	Segmentación de Mercados Internacionales. Evaluación de Productos Competitivos. Estrategias de Penetración y Posicionamiento. Logística Internacional. Negociaciones Internacionales.
AGRONEGOCIOS	Estructura de Mercados Agroindustriales. Mercadotecnia para Agronegocios.

2.- Contactar coordinadores de posgrados para plantear necesidades de alumnos


Se procedió a contactar a los dos responsables de las maestrías identificadas para poder vincularlo con el proyecto, Mtro. Carlos Aguilar en el caso de la acentuación de Agronegocios y Mtro. Carlos Jacobo, responsable de acentuación de Negocios Internacionales, en el caso de Marketing se concluyó no era necesaria en esta etapa del proyecto.

El resultado de la misma fue que los productos que se seleccionen para el proyecto, se den de alta como un proyecto en la MADN de esa manera los alumnos desarrollarían sus asignaturas en función del producto. De la misma manera se propuso que los responsables de las acentuaciones facilitaran la información (productos) de asignaturas de la maestría antes mencionada a responsables del PIMPIIE.

3.- Trabajar en diseño del instrumento para el diagnóstico. Cuestionario.

Se diseñó un cuestionario considerando las áreas principales de toda organización y además alineadas a las coordinaciones del DAGIE.

Figura 1. Instrumento para el diagnóstico a IE



Centro de Inteligencia de Negocios

El objetivo es conocer la situación actual de las Iniciativas estratégicas, a través de una encuesta para el planteamiento de líneas a seguir.

Lugar aplicación: _____ Fecha: _____ Folio: _____

Nombre: _____

Iniciativa Estratégica: _____

Instrucciones: Marque con una "X" la respuesta elegida o escribiendo el texto correspondiente.

	No tocar
I.- CONOCIMIENTO DEL MERCADO DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS	
1.- ¿Cuanto tiempo tiene de establecida la IE? _____	<input type="checkbox"/>
2.- ¿Tiene algún proyecto o servicio de la IE trabajando actualmente? 1.- SI _____ 2.- NO _____ ¿Cuáles(s)? _____	<input type="checkbox"/>
3.- ¿Identifica el segmento de mercado en la región al cual están dirigidos los productos y/o servicios de la IE? 1.- SI _____ 2.- NO _____ ¿Cuáles(s)? _____	<input type="checkbox"/>
4.- ¿Tiene estudios de mercado realizados para los Productos y/o Servicios de la IE? 1.- SI _____ 2.- NO (Si contesta NO, pasar a la pregunta 6)	<input type="checkbox"/>
5.- ¿Podría proporcionarlos? 1.- SI _____ 2.- NO _____ Por que? _____	<input type="checkbox"/>
6.- ¿Se tienen identificados Nuevos productos y/o servicios con los cuales la IE no este trabajando actualmente y desea en un futuro hacerlo? 1.- SI _____ 2.- NO _____ SI: Cuáles son? _____	<input type="checkbox"/>
II.- ESTRATEGIA	
7.- Actualmente la Iniciativa, tiene definida la Misión y Visión ? 1.- SI _____ 2.- NO _____ Por que? _____ (Si contesta NO, pasar a la pregunta 11)	<input type="checkbox"/>
8.- ¿Han definido los objetivos estratégicos alineados a la Misión y Visión de la Iniciativa? 1.- SI _____ 2.- NO _____ Por que? _____	<input type="checkbox"/>
9.- ¿Cuentan con alguna herramienta o método que les permita dar seguimiento al cumplimiento de los objetivos estratégicos? 1.- SI _____ 2.- NO _____ Por que? _____	<input type="checkbox"/>
10.- ¿Las actividades o proyectos de la Iniciativa están alienados a sus objetivos estratégicos? 1.- SI _____ 2.- NO _____ Por que? _____	<input type="checkbox"/>
III.- PROCESOS	
11.- ¿Considera fundamental para lograr integrar internacionalmente a los productos de su IE, la formalización de sus procesos? 1.- SI _____ 2.- NO _____ Por que? _____	<input type="checkbox"/>
12.- ¿La Iniciativa Estratégica tiene sus procesos documentados ? 1.- SI _____ 2.- NO _____ Por que? _____ (Si contesta NO, pasar a la pregunta 15)	<input type="checkbox"/>
13.- ¿Las actividades llevadas a cabo en la IE siguen los procesos establecidos? 1.- SI _____ 2.- NO _____ Por que? _____	<input type="checkbox"/>
14.- ¿Tienen establecidas métricas que les permita mejorar la operación de sus procesos? 1.- SI _____ 2.- NO _____ Por que? _____	<input type="checkbox"/>
IV.- DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO SOBRE LA INICIATIVA	
15.- Actualmente la IE da difusión a los Productos y/o servicios de la misma? 1.- SI _____ 2.- NO _____ Por que? _____ (Si contesta NO, pasar a la pregunta 18)	<input type="checkbox"/>
16.- ¿Por cuales medios ha dado o da a conocer sus productos o servicios al interior de la institución? 1.- Trípticos _____ 2.- Pagina Web _____ 3.- KMS* _____ 4.- Ninguno _____ 5.- Otro _____	<input type="checkbox"/>
17.- En el exterior la IE ¿Por cuales medios ha dado o da a conocer sus productos o servicios? 1.- Trípticos _____ 2.- Pagina Web _____ 3.- Demos _____ 4.- Ninguno _____ 5.- Otro _____	<input type="checkbox"/>
18.- ¿Dónde se puede obtener información sobre su Iniciativa Estratégica? _____	<input type="checkbox"/>

* KMS, Sistema de Gestión de Conocimiento.

4.- Enviar información a responsables de iniciativas estratégicas sobre visita/entrevista.

Esta tarea corrió a cargo del Jefe de Departamento de Administración y Gestión de Iniciativas Estratégicas, siendo el Mtro. Salvador Díaz quien envió correo electrónico con información sobre el proyecto y dando a conocer se realizaría una entrevista; esto a cada uno de los responsables de las Iniciativas Estratégicas.

5.- Agendar entrevistas a responsables de Iniciativas estratégicas

La agenda con los responsables de iniciativas presentó algunos contratiempos, principalmente por los cambios recientes en los responsables a cargo de las mismas; sin embargo, se llevó a cabo en tiempos. Sólo queda pendiente la entrevista con responsable de Parque Tecnológico de Software, por cuestiones administrativas.

Tabla 2. Agenda a Responsables de IE

Directorio de Iniciativas Estratégicas

Control de Agenda con responsables

Iniciativa Estratégica	Nombre	Correo	Teléfono	Envío de correo	Llamadas (#)	Agenda
CETT	Mtro. Rafael Bórquez	rborquez@itson.mx	Ext. 2130	2	1	Lunes 19 abril; 4:30 pm
QIBAA	Dr. Pablo Gortares	pgortare@itson.mx	Tel: 644 4100900 Ext. 2110	2	4	Jueves 22 de abril; 12:00 hrs
DIAPYME	Mtra. Dolores Moreno	mmoreno@itson.mx	(644) 4 10 09 55 Ext. 2955	1	2	Jueves 29 de abril 9:00 hrs
CeTIDE	Dr. Juan Carlos Murrieta	jmurrieta@itson.mx	Tel. (644) 410.18.50	1		Viernes 9 Abril, 12:00 hrs
Novutek	Manuel Montaña	mmontano@novutek.mx	Ext. 20002	1		Viernes 30 de abril; 12:00 hrs.
PTSW	Manuel Montaña		Ext. 2925	1		
CRIDAE	Dr. Rodrigo González		Tel. --52 (644) 410-09-00 Ext. 2116	1	1	Miércoles 21, 11:00 hrs.
CESS	Mtra. Lupita Esparza Lic. Yesenia Clark	lesparza@itson.mx yelark@itson.mx	410-09-00 ext. 2921	1		23 de marzo
						24 de marzo
QUEC	Mtra. Yanaki Ahumada	yahumada@itson.mx	Ext. 1630	1	1	Lunes 12 de abril, 4:00 pm
VU	Mtra. Alba Irene López	alopez@itson.mx	Ext. 1420.	1	3	Martes 20 de abril 9:00 hrs.
PATTE	Mtro. Silvano Higuera	shiguera@itson.mx	Ext. 2929	1	2	Miércoles 14 de abril, 4:00 pm

6.- Realizar entrevistas guiadas-encuesta- a responsables de IE

Las entrevistas se llevaron a cabo según la agenda con cada uno de los responsables de las iniciativas estratégicas, la cual estuvo a cargo de la Mtra. Claudia Carolina López. Incluso para medir los tiempos se inició unas semanas antes de programada la actividad en el plan de trabajo.

7.- Procesar y Analizar la Información

La información se proceso en una matriz, se concentraron por áreas de las IE, información general, mercado, estratégica, procesos y difusión de la iniciativa.

A continuación se presentan concentrados por áreas con resultados de entrevista.

7.1. Información general de la Iniciativa.

Tabla 3. Resultados de las entrevistas. Información general

Iniciativa	Años establecida	Servicios habilitados 1=SI, 2=NO	Observaciones: Proyectos o servicios
CETT	3	1	Proyecto: Agricultura protegida, especie maderables
CIIBAA	3.5	1	Proyectos Conacyt
DIAPyME	5	1	Proyecto: Ampliación, habitación Diapyme continuación
CeTIDE	1.3	1	Desarrollo ERP para empresa local
Novutek	7	1	Desarrollo de sistemas de contabilidad para
PTSW	2.5	1	Espacios y servicios a los inquilinos del parque
CRIDA E	5	1	Proyecto de Desarrollo
CESS	4	1	Proyecto: Diseño de productos de turismo del río Yaqui
CUEC	1	1	66 programas y CUEC
VU	2	1	Incentivos ARA
PATTE	3	2	En transición

En promedio las iniciativas estratégicas tienen 3.4 años de establecidas, la más antigua es Novutek con 7 años y la más reciente el CUEC con 1 año, le sigue CESS con 1.2 años y CeTIDE con 1.3 años de antigüedad.

Todas la iniciativas entrevistadas mencionaron a excepción de PATTE, tener algún proyecto de desarrollo o bien servicio habilitado al momento de la entrevista.

7.2. Área de Mercados.

Tabla 4. Resultados de las entrevistas. Área de Mercado.

Iniciativa	Ident. Segmento mercado	Segmento de Mdo. Dirigido	Tiene estudios de Mercados	Nuevos productos	Cuales Nuevo pts
CETT	1	Sector agrícola	2	1	Hortalizas babys.
CIIBAA	1	Agropecuario y productivo en general.	2	1	Aprov. De la paja de trigo
DIAPyME	1	Sector agroindustrial, PyME	1	1	Gestión de financiamiento, comercialización
CeTIDE	1	NO tienen un segmento como tal	1	1	Video de vigilancia
Novutek	1	Gobierno y sector educativo.	2	1	Uso de dispositivos móviles
PTSW	1	Industria del Software (sur de USA y México)	1	2*	No como parque, se tiene el estudio desde inicio.
CRIDAE	1	Gobierno y la IP	1	1	Tecnologías para obtener agua de humedad
CESS	1	Comunidades rurales, empresas turísticas y sector educativo.	1	1	Promoción de empresas de Artesanía local, Transporte local para visitantes de comunidades Comercialización y posicionamiento en mercado nacional
CUEC	1	Comunidades vulnerables, organismos comunitarios y gobierno	1	1	Replicar modelo CUDEC y estudios sociales
VU	1	Alumnos ITSON y preparatorias.	2	1	Consejos en las prepas de fuerzas básicas
PATTE	1	Escuelas primarias y población adulta	2	1	Portales, consultaría

SI	1
NO	2

Se puede observar que el total de las iniciativas estratégicas que se entrevistaron afirmó tener identificado el segmento de mercado a cual están dirigidos, solamente el CeTIDE fue quien mencionó no se dirige a algún segmento o sector en específico.

Poco menos de la mitad mencionaron no tener estudios de sus mercados metas o segmentos de mercados, tanto propios como de los productos a los cuales pueden potenciar, la otra mitad si cuenta con estudios previos, incluso algunos ya se están actualizando, tal es el caso del CUEC.

Algunos de los nuevos productos que tienen identificados las iniciativas estratégicas son: Hortalizas *babies* (CETT), Aprovechamiento de la paja de trigo (CIIBBA), Video-vigilancia (CeTIDE), Tecnologías para obtener agua de la humedad (CRIDAE), entre otros.

7.3. Área Estratégica.

Tabla 5. Resultados de las entrevistas. Área Estratégica.

Iniciativa	(1) Tiene definida Misión y visión	(2) Objetivos estratégicos alineados a M y V.	(3) Herramienta / método para seguimiento a Objetivos	(4) Las actividades y proyectos están alineadas a los objetivos	(NO) Porque
CETT	1	1	1	1*	*No necesariamente todas
CIIBAA	1	1	2*	1	*Se esta trabajando
DIA PyME	1	1	2*	1	*No de manera formal
CeTIDE	1*	1	1	1	* Solo la Misión
Novutek	1	1	1	1	
PTSW	1	1	2	1	
CRIDAE	1	1	2*	1	*Por que son muy específicos los objetivos planteados
CESS	1	1	1	1	
CUEC	1	1	2*	1	*Aún esta en proceso
VU	2*	1	1	1	*Tienen la institucional
PATTE	1*	1	2	1	* Debe tener los estudios que ha hecho ITSON

SI	1
NO	2

Como se puede observar en la tabla anterior, todas las iniciativas entrevistadas afirmaron tener misión y visión propias a excepción de Vida Universitaria que mencionó regirse con la Misión y Visión Institucional (ITSON), de igual manera todos indicaron contaban con objetivos estratégicos, los cuales estaban alineados a la Misión y Visión; a su vez mencionaron las actividades llevadas a cabo en el marco de la iniciativa estaban en función de los objetivos estratégicos planteados.

Más de la mitad de las iniciativas estratégicas mencionaron no tener algún método o herramienta para darle seguimiento a los objetivos estratégicos, lo cual se ubica como un área de oportunidad a recibir apoyo y mejorar.

Las iniciativas estratégicas mejor posicionadas en esta área fueron: CETT, Novutek y CESS.

7.4. Área de Procesos.

Tabla 6. Resultados de las entrevistas. Área de procesos.

Iniciativa	Fundamental Doc, procs.	Tiene Procesos Documentados	Alineación actividades- procesos	Métricas p/ mejorar procesos	Observaciones
CETT	1	1*	1**	2**	* Recientemente se termino **Se esta trabajando en ello
CIIBAA	1	2			No lo han visto necesario al momento, requiere más trabajo.
DIAPyME	1	2*	1	2**	*Se tiene la parte de comercializar, faltaría el resto. **No tienen el total de la documentación.
CeTIDE	1	1	1	1	
Novutek	1	1	1	1	
PTSW	1	1	2*	2**	* Debido a la constitución legal y jurídica de la misma, no se esta operando como la triple hélice **Por la continuidad y operación del parque
CRIDAE	1	1	1	2	Aún no se tiene, incipiente.
CESS	1	1	1	2	
CUEC	1	2	2*	2**	* No se tienen documentados pero si se sigue un proceso **Se tienen métricas no formalmente
VU	1	1	1	1	
PATTE	1	2*			*Falta de recurso humano **No lo tiene

SI	1
NO	2

En el área de procesos, como se observa en la Tabla 5, el total de las IE vigentes (11) consideró fundamental para la inserción en nuevos mercados de productos potenciados a través de las iniciativas, la documentación de los procesos, no obstante, lo consideren importante cuatro de ellas afirmaron aun no tener dicha documentación o no tenerla en su totalidad, algunas de las razones mencionadas fueron: que estaban trabajando en ello, otra que no lo han visto necesario hasta el momento, entre otras.

El total de las iniciativas que contaban con la documentación afirmó tener alineadas las actividades realizadas con los procesos establecidos, no obstante un 43% (3/7) informó no tener métricas para medir la mejora en su operación.

CeTIDE, Novutek y Vida Universitaria son las más aventajadas en esta área, al resto se les identifica áreas de oportunidades donde se puede apoyar por parte del DAGIE.

7.5. Área de difusión y promoción de la Iniciativa.

Tabla 7. Resultados de las entrevistas. Área de Difusión y promoción.

Iniciativa	Realizan difusión de la IE	Utilizan (do) KMS	*Internamente la difusión a través	**Exterior la difusión a través	Otro	Información
CETT	1	2	Pág. Web	Pág. Web	*Reuniones académica, Foros **Televisión	Página Web, responsable de la iniciativa.
CIIBAA	2	2	Trípticos, Pág. Web.	Trípticos, Pág. Web, Demos	*Manuales, **Foros, congresos, investigaciones	Página Web, responsable de la iniciativa y trípticos
DIAPYME	2	2	Trípticos, Pág. Web.	Trípticos, Pág. Web.	**Ferias comerciales, *congresos.	Página Web y de la Iniciativa, responsable de la iniciativa y trípticos
CeTIDE	1	2	Trípticos, Pág. Web.	Trípticos, Pág. Web, Demos	*STANDS, **visitas regionales.	Página Web del CeTIDE y responsable de iniciativa
Novutek	1	2	Trípticos, Pág. Web.	Trípticos, Pág. Web, Demos	comerciales, foros, **ANEAS, Eventos comerciales	Página Web de Novutek y responsable de iniciativa
PTSW	1	2	Trípticos, Pág. Web.	Trípticos, Pág. Web, Demos	la región, entidades de promoción del gobierno del estado	Página del ptsw y directamente con director operativo del mismo
CRIDA E	2	2	Trípticos, Pág. Web.	Trípticos, Pág. Web, Demos	*Demos, **Foros, manuales de información	Página Web ITSON o responsable de iniciativa
CESS	1	2	Trípticos, Pág. Web.	Trípticos, Pág. Web, mapas	Visitas, correos electrónicos	Página Web ITSON o responsable de iniciativa
CUEC	1	1	Trípticos y KMS		informes, directamente en la comunidad **medios de	Página Web ITSON o responsable de iniciativa
VU	1	2	Pág. Web.	Trípticos, Pág. Web, Demos	*Correo electrónico **Visitas a las preparatorias estatales o nacionales	Página Web ITSON o responsable de iniciativa
PATTE	1	2	Trípticos, Pág. Web.	Trípticos, Pág. Web, Demos	*Manuales, catálogos, **Reuniones	Responsables de Iniciativa

SI	1
NO	2

En el área de difusión y promoción, como se puede observar en la tabla, que la mayoría de las iniciativas estratégicas realiza difusión de la misma, sin embargo en el caso de tres de ellas mencionaron no hacerlo activamente, ya sea porque no lo creen necesario o no entra en la naturaleza de la misma, etc. Solamente CUEC ha hecho uso de la plataforma de KMS (Sistema de Gestión de Conocimiento); todas mencionaron utilizar página web para difusión ya sea desde la web del ITSON o sitios propios, como es el caso de Novutek, PTSW, CeTIDE, DiaPyMe y CESS próximamente.

Internamente los medios por los cuales la mayoría de las Iniciativas realizan difusión y se promocionan es trípticos y página web del ITSON, otros medios utilizados son reuniones académicas, informes, correos electrónicos, etc., en el exterior los medios mas utilizados son igualmente la página web institucional, trípticos y demos; otros medios utilizados son foros, medios de comunicación, visitas, etc.

Todas las iniciativas mencionaron el medio para poder obtener información de las iniciativas es a través del espacio que tienen en la página del ITSON o propia y directamente con los responsables de las mismas.

8.- Procesar información para e Informe del diagnóstico

El informe del diagnóstico resulto del Informe de actividades del proyecto, donde parte del mismo es lo concerniente al análisis de información recabada de las encuestas a responsables de las Iniciativas estratégicas.

9.- Realizar Informe del diagnóstico

Se elaboró un documento con los resultados de las entrevistas a los responsables de las iniciativas estratégicas, mismo que servirá para seleccionar a las iniciativas a las cuales se les hará el estudio de inteligencia de mercado a los productos potenciados por las mismas. El diagnóstico se anexa al presente documento.

10.- Difundir resultados del diagnóstico

Los medios por los cuales se difundieron los resultados son:

Documento 1er Informe de actividades del proyecto de desarrollo
Página del proyecto (micrositio), se publicó información de resultados.
Aviso vía dotproject a responsables de iniciativas estratégicas

Etapas. Diseñar la Página Web para el Proyecto

11.- Gestionar espacio para página del proyecto.

En la presente actividad, el Mtro. Jesus Gaxiola fungió como responsable de la gestión de espacio en la web del ITSON para el proyecto, en la parte de micrositios.

Los reportes fueron los siguientes:

05/03/2010 02:55 pm

El Mtro. Jesus Gaxiola se encargo de la gestión de espacio en la web, para difusión del proyecto y avances del mismo, ante el área correspondiente; sin embargo la persona responsable de esa actividad se encuentra fuera de la ciudad por lo cual no se tiene una respuesta a la solicitud.

Por otro lado se agendo reunión con personal del DAGIE, como otra opción de espacio ligado a la pag. Del departamento

18/03/2010 06:35 pm

Ya quedo el espacio, pero con algunas reservas las cuales se están resolviendo.

20/03/2010 02:17 pm

Quedó liberado el espacio para difusión del proyecto.

12.- Trabajar elegir los contenidos que contendrá la página

Se investigaron páginas con contenidos sobre inteligencia de mercados, como referencia para el sitio del proyecto sin embargo se concluyó, que la página contendría elementos esenciales del proyecto. La investigación sobre los sitios se presenta a continuación.

Tabla. 8. Inteligencia de Mercado, páginas en Internet consultadas.

Página web 1:

<http://www.byo-latam.com/espanol.html>

Contenido:

- Misión
- Filosofía
- Presencia institucional
- Staff de Dirección
- Experiencia
- Servicios y productos
- Contacto

Página web 2:

http://portal2.sre.gob.mx/mesoamerica/index.php?option=com_content&task=view&id=113&Itemid=98

Contenido:

- ¿Qué es el proyecto?
- Mensaje de la comisión ejecutiva
- Antecedentes
- Misión y visión
- Estatutos
- Funciones y estructura
- Directorio
- Preguntas frecuentes

Página web 3:

http://www.cepac.org.bo/neo_sim/enlaces/leche.php

Contenido:

- Información de mercado
- Biblioteca
- Herramientas SDE
- Formalización
- Normas y procesos de exportación
- Contacto
- Enlaces

Página web 4:

<http://www.simoconsulting.com/web/>

Contenido:

- Acerca de ...
- Servicios
- Consulting
- Research
- Presencia en los medios
- Presencia internacional

13.- Contactar a responsable de programa educativo de diseño gráfico para apoyo de alumnos de prácticas profesionales en el diseño de la página.

Se dio de alta al proyecto en diseño gráfico, con el fin de obtener apoyo de alumnos de prácticas profesionales, sin embargo por cuestiones de tiempo el semestre había iniciado y los alumnos tenían asignados proyectos, por ello se contemplaría al proyecto para el verano 2010.

Se anexa formato con información requerida por el programa de diseño gráfico.

Tabla 9. Información enviada a Diseño gráfico.

INFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	
Nombre completo de la organización:	Centro de Inteligencia de Negocios
Sector (Marque X):	Industrial Comercial Educativo <input checked="" type="checkbox"/>
Tipo de organización (Marque X):	Público <input type="checkbox"/> Privado <input checked="" type="checkbox"/>
Domicilio:	Segundo piso, CEEN. ITSON Unidad-Centro.
Teléfono (s)	644410900 ext. 2567/2564 Fax:
Correo Electrónico:	clopez@itson.mx
Nombre del dueño o representante*:	Jesús Gaxiola Meléndrez
Teléfono:	644410900 EXT. 2564 Correo electrónico: jgaxiola@itson.mx

2) ENLACE EN LA ORGANIZACIÓN (CLIENTE) *(supervisor directo de los practicantes en la organización)*

Nombre completo: *Claudia Carolina López Gutiérrez*
Puesto: *Responsable administrativo*
Correo electrónico: *cclopez@itson.mx*
Teléfono y extensión: *644410900 ext. 2567*

3) SERVICIO SOLICITADO POR EL CLIENTE *(problema o área de oportunidad expresada por el cliente)*

Trabajar con alumnos de prácticas en proyectos del centro en:

Diseño de Identidad del Centro
Apoyo en diseño de página del Observatorio del Centro
Apoyo en página de un proyecto

14.- Validar contenidos y diseño de la página web

En este apartado, toda vez que se tenía el espacio de microsítios en la página del ITSON, se procedió a darle contenido y la validación se refería a validar internamente entre los responsables de proyecto, fueron mínimos los cambios realizados, en cuanto a contactos y apartados de avances.

Página del Proyecto:

<http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Paginas/inicio.aspx>

15.- Abrir la página del proyecto a la comunidad en general

La página estuvo disponible a la comunidad en general el día 19 de abril del 2010.

16.- Informar a los responsables de iniciativas la existencia de pag. Web.

Cabe mencionar que durante las entrevistas llevadas a cabo a los responsables de las iniciativas se les hizo de su conocimiento, tendrían una participación mas activa en el sentido estarían al tanto de los avances del proyecto a través de la página web del mismo y seguimiento en la plataforma Dotproject, por lo cual se les dio de alta a aquellos que aun no estuvieran trabajando en la misma.

Se informó a los responsables de iniciativas estratégicas que podrían consultar la página antes mencionada.

Tabla 10. Correo enviado a los responsables de Iniciativas Estratégicas vía dotproject.

Proyecto: Plan de Inteligencia de Mercado para los Productos ITSON de las Iniciativas Estratégicas Tarea padre: ETAPA. Diseño de Página Web para el Project
 Tareas: Informar a Responsables de IE la existencia de pag. Web Tipo de tarea: Administrativa
 URL: http://ape.itson.mx/index.php?m=tasks&a=view&task_id=1862

Resumen: Informar a Responsables de IE la existencia de pag. Web

Estimados responsables de Iniciativas Estratégicas:

Buenas tardes, se les adjunta liga donde se podrá tener acceso a los avances del Proyecto: Plan de Inteligencia de Mercado para los Productos ITSON.

<http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Paginas/inicio.aspx>

Proyecto: Plan de Inteligencia de Mercado para los Productos ITSON de las Iniciativas Estratégicas Tarea padre: ETAPA. Diseño de Página Web para el Proyecto.

Tareas: Informar a Responsables de IE la existencia de pag. Web Tipo de tarea: Administrativa

17.- Actualizar información de la página del proyecto

Actualización 1. En mayo se publicó información sobre el primer informe de actividades del proyecto de desarrollo y resultados del diagnóstico a las iniciativas estratégicas, en el apartado de avances del proyecto la página habilitada para el mismo.

<http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Paginas/AvancesdelProyectoDesarrollo.aspx>

Actualización 2. En junio se publicó información relativa a las iniciativas estratégicas seleccionadas.

Actualización 3. En julio se publicó información de la investigación realizada para apoyo a los responsables de iniciativas estratégicas en la selección de los nuevos productos ITSON. Tendencias actuales (Véase Tablas 12 y 13)

Actualización 4. En agosto se publicó información sobre los temas de la habilitación para las iniciativas seleccionadas, equipo de trabajo del mismo y de los productos ITSON seleccionados por las iniciativas estratégicas.

Etapa. Elegir Nuevos Productos y/o Servicios

18.- Identificar de las iniciativas mas avanzadas los nuevos productos y/o servicios ITSON a investigar

Tabla 11. Matriz de concentrado de resultados de encuesta.

Iniciativa	Realizan difusión de la IE	Ident. Segmento mercado	Tiene estudios de Mercados	Nuevos productos	Innovación en Nuevos productos ident.	Tiene definida Misión y visión	Objetivos estratégicos alineados a M y V.	actividades y proyectos están alineadas a los	Tiene Procesos Documentados	Alineación actividades-procesos	Métricas p/mejorar procesos	Suma
CETT	0.5	1	0	1.2	1.5	0.5	0.9	1.2	1	1	0.5	9.3
CIIBAA	0	1	0	1.2	1	0.5	0.9	1.2	0	0	0	5.8
DIAPyME	0	1	0.2	1.2	0.5	0.5	0.9	1.2	0	1	0	6.5
CeTIDE	0.5	1	0.2	1.2	0.5	0.5	0.9	1.2	1	1	1	9
Novutek	0.5	1	0	1.2	0.7	0.5	0.9	1.2	1	1	1	9
PTSW	0.5	1	0.2	0	0	0.5	0.9	1.2	1	0	0	5.3
CRIDAE	0	1	0.2	1.2	1.5	0.5	0.9	1.2	1	1	0	8.5
CESS	0.5	1	0.2	1.2	1.5	0.5	0.9	1.2	1	1	0.5	9.5
CUEC	0.5	1	0.2	1.2	1	0.5	0.9	1.2	0	0	0	6.5
VU	0.5	1	0	1.2	0.6	0	0.9	1.2	1	1	1	8.4
PATTE	0.5	1	0	1.2	0.7	0.5	0.9	1.2	0	0	0	6

Las iniciativas que se identificaron como aventajadas para términos del proyecto fueron:

- CETT
- CESS

19.- Investigar en información documental tendencias en productos homogéneos.

Se realizó investigación sobre principales tendencias de productos identificados en el proyecto PIEMSS y productos proporcionados por responsables de iniciativas estratégicas seleccionadas. Se anexa información de tendencias, véase tabla 11 y 12.

Tabla 12. Concentrado de la Información de tendencias de productos del CETT.

Producto	Antecedentes	Demanda	Oferta																						
Piel de cerdo	Utilización de piel de cerdo en taiwan <table border="1"> <thead> <tr> <th>2005</th> <th>2006</th> <th>2007</th> <th>2008</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7,194,768</td> <td>7,091,822</td> <td>6,640,047</td> <td>6,515,791</td> </tr> </tbody> </table>	2005	2006	2007	2008	7,194,768	7,091,822	6,640,047	6,515,791	La demanda de cuero y piel en Taiwán proviene de la industria de guantes, calzados, bolsos de mano, y confecciones, pero de bido al traslado de plantas industriales hacia China continental por la mano de obra más barata	Importaciones de taiwan cueros de cerdo. <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2008</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1er EUA</td> <td>\$90,422,497</td> </tr> <tr> <td>3er Brasil</td> <td>36,946,650</td> </tr> <tr> <td>4to Argentina</td> <td>28,770,685</td> </tr> <tr> <td>6to Colombia</td> <td>8,200,172</td> </tr> <tr> <td>13vo Paraguay</td> <td>924,869</td> </tr> <tr> <td>15vo México</td> <td>705,239</td> </tr> </tbody> </table> (cifras en dólares)		2008	1er EUA	\$90,422,497	3er Brasil	36,946,650	4to Argentina	28,770,685	6to Colombia	8,200,172	13vo Paraguay	924,869	15vo México	705,239
2005	2006	2007	2008																						
7,194,768	7,091,822	6,640,047	6,515,791																						
	2008																								
1er EUA	\$90,422,497																								
3er Brasil	36,946,650																								
4to Argentina	28,770,685																								
6to Colombia	8,200,172																								
13vo Paraguay	924,869																								
15vo México	705,239																								
Grana de cochinilla del nopal	Históricamente, México y Perú exportaban cantidades considerables a Europa, pero en la actualidad México solo abastece su mercado interno.	Principales compradores: Francia Inglaterra Italia Japón (*) EE.UU. Argentina.	Principales productores de cochinilla. <ul style="list-style-type: none"> • Perú 85 % • Chile 10 % • Islas Canarias 3 % • Bolivia 2 % 																						
Criadero de lombrices californiana o africana	El humus de lombriz es un abono orgánico que contiene nutrientes disponibles para la planta y es beneficioso para la flora y fauna microbiana del suelo.	Los principales mercados internacionales para estos productos se encuentran fundamentalmente en Europa, EE.UU., Japón, países asiáticos y de medio oriente.	Los principales países productores de América Latina son Chile, Brasil, Colombia, Argentina y Ecuador.																						
Producción de flores finas en invernaderos o casas sombra	En 1994 México ya exportaba una buena cantidad de productos florícolas a Estados Unidos y Canadá, pero la reglamentación de los mercados y la entrada del TOL la exportación decreció.	Demanda de flores finas: - Canadá - Estados Unidos.	El 90% de la producción se destina para mercados nacionales y el resto es enviado a los mercados internacionales																						
Abono apartir de desechos organicos de reuso	La necesidad de disminuir la dependencia de productos químicos artificiales en los distintos cultivos, está obligando a la búsqueda de alternativas viables y sostenibles. En la agricultura ecológica, se le da gran importancia a este tipo de abonos, y cada vez más, se están utilizando en cultivos intensivos.	En la actualidad los países que mas demandan el abono orgánico son : Chile con 7824 toneladas, China 55.69 ton, Estados Unidos 19.9 ton e India 18.4 ton.	El mercado de los fertilizantes en México en los últimos años alcanzó un volumen de 4.5 millones de toneladas comercializadas																						

Tabla 13. Concentrado de Información de Tendencias CESS

Producto	Antecedentes	Demanda	Oferta
Ruta étnica por la tribu Yaqui-Mayo	Lo interesante de este enfoque aplicado a la cuestión del turismo étnico, radica en pensar de qué manera las comunidades indígenas se ubican dentro de una división social del trabajo, ya no tanto como reserva de fuerza de trabajo, sino como portadoras de una cultura vendible en un mercado que produce la diversidad como recurso económico.	La derrama económica de Sonora 2008, fue de 11,532.73 mdp por turismo nacional, por extranjeros fue de 10,540.27; Representando estas cifras el 23.7 del total del PIB de Sonora.	Las etnias en Sonora son los Cucapá, Pápago, Kikapoo, Seri, Pima, Yaqui, Guajiro, Mayo; las cuales se visualizan como oferentes potenciales de rutas étnicas para el turismo.
Rancho cinegético y escénico	Con poco más de 18 millones de hectáreas, Sonora posee una rica y diversificada fauna silvestre representada por los reptiles, las aves y mamíferos.	La derrama económica de Sonora 2008, fue de 11,532.73 mdp por turismo nacional, por extranjeros fue de 10,540.27; Representando estas cifras el 23.7 del total del PIB de Sonora.	En Sonora sólo se generan alrededor de 20 millones de dólares en ganancias por esta actividad, siendo una actividad que pudiera generar un monto mayor. De acuerdo a estimaciones de ranchos cinegéticos, dejó ingresos por 20 millones de dólares.
Corredores turísticos para ciclismo de montaña	El territorio de Sonora cuenta con un gran potencial de recursos naturales, en donde los diagnósticos de medio ambiente y recursos naturales se encuentran en un nivel mínimo aceptable. Este potencial puede explotarse para llevar a cabo proyectos de turismo alternativo.	La derrama económica de Sonora 2008, fue de 11,532.73 mdp por turismo nacional, por extranjeros fue de 10,540.27; Representando estas cifras el 23.7 del total del PIB de Sonora.	Sonora se caracteriza por la diversidad de sus paisajes y lo típico de sus ciudades y pueblos que aún conservan el sabor y la tradición de antaño. Su diversidad le permitirá encontrar en nuestro estado playas, bosques, desierto y ciudades.

20.- Realizar análisis entre productos de iniciativas aventajadas y tendencias en productos investigados

En esta actividad, una vez que se realizó el análisis de tendencias se les proporcionó a los responsables de iniciativas estratégicas la información para su análisis y consideración al momento de seleccionar los nuevos productos.

Se anexa cuerpo del correo:

Estimados responsables de Iniciativas Estratégicas:

Se les anexa vínculo de la página del proyecto, donde se puede consultar los insumos necesarios como apoyo para seleccionar los Nuevos Productos ITSON, de la misma manera encontrarán anexa carpeta con documentos de investigación de tendencia de productos propuestos por el Proyecto a manera de tengan más elementos.

liga:

<http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Paginas/AvancesdelProyectoDesarrollo.aspx>

21.- Seleccionar los nuevos productos y/o servicios ITSON

La selección lo realizaron los responsables de las iniciativas estratégicas con apoyo de información brindada a través del proyecto y de demandas propias de la iniciativa.

Productos:

CETT

Zumo de granada

Grana cochinilla para obtención de pigmentos naturales

Flor de calabaza deshidratada (para cremas o uso industrial)

CESS

22.- Segundo Informe de actividades del proyecto

El presente documento representa el segundo informe de actividades del PIMPIIE

ETAPA. Realizar análisis de inteligencia competitiva (Mercado) de productos homogéneos ITSON

23.- Identificar a colaboradores en esta etapa (responsables de iniciativas, maestros de posgrado, alumnos, personas de áreas académicas).

Se tenían contempladas dos vías para apoyo de equipo colaborador:

- Apoyo académico a través de convocatoria a profesores de tiempo completo para desarrollar proyecto en tiempo determinado.
- Apoyo académico directamente de las asignaturas.

La convocatoria era la opción 1, la cual no procedió por cambios en la dirección de ciencias económicas y administrativas.

La opción 2, finalmente se siguió que era el apoyo directo de las asignaturas, a través de Optativa II de LEF, sin embargo por los tiempos de entrega puede generar retrasos en etapas posteriores, donde se requiere insumos de la investigación, lo que representa factores de riesgo.

El equipo quedo integrado por responsable de programa educativo de LEF, maestros (2) que imparten la materia y proyecto IMPIIE.

24.- Determinar tópicos a investigar de los nuevos productos y/o servicios ITSON

Se tiene un modelo de información a obtener para el análisis de inteligencia. (Véase documento anexo).

25.- Reunión para revisar los contenidos de la investigación de mercado para los productos seleccionados.

Se llevo a cabo una reunión con RP de LEF (Mtra. Jesus Nereyda Aceves) y los dos maestros de la asignatura (Roberto Celaya y Evelyn Peña), en la sala de eventos especiales 114 del edificio 100.

De: Jesús Nereida Aceves López [mailto:nereida.aceves@itson.edu.mx]
Enviado el: Martes, 17 de Agosto de 2010 11:09 a.m.
Para: Roberto Celaya Figueroa; Claudia Carolina López Gutiérrez; evelyn.penae@gmail.com

Asunto: reunión para ver la propuesta de proyectos para prácticas y optativa

Estimados maestros, les recuerdo de la reunión que tendremos el día de hoy martes 17 de agosto, respecto a la presentación que nos hará la Mtra. Claudia Carolina, para ver de que forma podemos participar con la materia de optativa, la reunión se llevará a cabo en la sala de eventos 114. (Aula que se encuentra en la planta baja del edificio 100).

Cualquier duda quedo a sus órdenes, reciban mis saludos

Atte. Mtra. Jesús Nereida Aceves López

26.- Diseñar estrategia de colaboración para cumplir con las metas

Mensualmente se entregaran avances del estudio de las asignaturas, se estará administrando a través de saeti2.

27.- Llevar a cabo la investigación de mercados.

Se inicio la primera fase llevada a cabo por la clase de optativa II.

Etapa. Habilitar a responsables de Iniciativas Estratégicas

28.- Identificar responsables y equipo de trabajos de Iniciativas a habilitar

Se trabajará con las dos iniciativas estratégicas seleccionada, los equipos de trabajo están integrados de la sig. manera:

CETT

- Mtro. Rafael Bórquez
- Mtra. Laura Celis
- Mtro. Manuel Garibaldi.

CESS (CTA)

- Mtra. Lupita Esparza
- Lic. Yesenia Clark
- Pendiente

29.- Realizar talleres de capacitación relativos a análisis del mercado

Derivado de algunos ajustes en la institución esta actividad ha sufrido reestructuras, se tienen contemplados inician en septiembre.

Avances del Proyecto según las metas:

Tabla 14. Proporciones de avances por metas.

Metas	Proporción de avances
M1. Elaboración de un estudio de Productos ITSON seleccionados.	72%
M2. Habilitación a los responsables de las Iniciativas estratégicas.*	30%

*Derivado de cambios en la institución, algunas de las actividades de esta meta han presentado reestructura y se ha modificado la fecha de realización, que inicialmente se tenía contemplada.

Claudia Carolina López Gutiérrez
Líder de Proyecto

Ernesto Alonso Lagarda Leyva
Director de Planeación