



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender

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

Informe de Avances I

Dirección de Planeación

**Departamento de Administración y Gestión de Iniciativas
Estratégicas**

Cd. Obregón, Sonora a Mayo de 2010.

CONTENIDO

I	Propósito.....	3
ii	Antecedentes.....	4
iii	Plan de trabajo	5
Etapa. Diagnostico a Iniciativas estratégicas		
1.-	Investigar programas de postgrado ITSON relacionados a la inteligencia de mercados	7
2.-	Contactar coordinadores de postgrados para plantear necesidades de alumnos.....	7
3.-	Trabajar en diseño del instrumento para el diagnostico. Cuestionario.....	8
4.-	Enviar información a responsables de iniciativas estratégicas sobre visita/entrevista....	9
5.-	Agendar entrevistas a responsables de Iniciativas estratégicas.....	9
6.-	Realizar entrevistas guiada-encuesta a responsables.....	10
7.-	Procesar y analizar la Información.....	10
7.1.	Información general de la Iniciativa.....	10
7.2.	Área de Mercados.....	11
7.3.	Área Estratégica.....	12
7.4.	Área de Procesos.....	13
7.5.	Área de Difusión y promoción de la Iniciativa.....	14
8.-	Trabajar en la realización de Informe del diagnostico.....	15
9.-	Realizar Informe del Diagnostico.....	15
10.-	Difundir resultados del diagnostico.....	15
Etapa. Diseño de Pagina Web para el Proyecto		
11.-	Gestionar espacio para pagina del proyecto.....	15
12.-	Trabajar elegir los contenidos que contendrá la pagina.....	16
13.-	Contactar diseño grafico para apoyo de alumnos de practicas profesionales en el diseño de pagina.....	18
14.-	Validar contenidos y diseño de la pagina web.....	18
15.-	Abrir la pagina del proyecto a la comunidad en general.....	19
16.-	Informar a los responsables de iniciativas la existencia de pag. Web.....	19
17.-	Actualizar información de la pagina.....	19

Índice de Tablas, Figuras y Anexos

Tablas

Tabla 1.	Reportes de programas: Maestría de Administración y Desarrollo de Negocio...	7
Tabla 2.	Agenda a Responsables de IE.....	9
Tabla 3.	Resultados entrevista. Información general.....	10
Tabla 4.	Resultados entrevista. Área de Mercado.....	11
Tabla 5.	Resultados entrevista. Área Estratégica.....	12
Tabla 6.	Resultados entrevista. Área de Procesos.....	13
Tabla 7.	Resultados entrevista. Área de Difusión.....	14
Tabla 8.	Inteligencia de Mercado, paginas en Internet consultadas.....	16
Tabla 9.	Información enviada a Diseño grafico.....	18
Tabla 10.	Correo enviado a los responsables de Iniciativas Estratégicas vía dotproject....	19
Tabla 11.	Proporciones de avances por metas.....	20

Figuras

Figura 1.	Instrumento para el diagnostico a IE.....	8
-----------	-------------------------------------------	---

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 ITSON de las Iniciativas Estratégicas, 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 presentaran los principales resultados obtenidos en las etapas alcanzadas hasta el momento.

Antecedentes

Actualmente el ITSON ha avanzado de manera cualitativamente importante en su estrategia para producir, entregar e 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 doce 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 globalización 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 más 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 (año 1) con las Iniciativas estratégicas más aventajadas para generar una mayor potencialidad en la región Sur de Sonora y en una segunda etapa (año 2) 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 carreras como LEF y también de maestría, como parte de un programa para la parte 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							
	Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas				Semanas											
	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. Diagnostico a Iniciativas Estrategicas																																																				
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 area de postgrado																																																				
Trabajar en diseño del instrumento para el diagnostico. Cuestionario																																																				
Enviar información a responsables de iniciativas estrategicas sobre visita/entrevista																																																				
Agendar entrevistas a responsables de Iniciativas estrategicas																																																				
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 diagnostico																																																				
Realizar Informe del Diagnostico																																																				
Difundir resultados del diagnostico																																																				
ETAPA: Diseño de 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 aventajadas y tendencias en productos investigados																																																				
Trabajar en la elección de N. productos y/o servicios a realizar inteligencia de mercado																																																				
Seleccionar los N. Productos y/o Servicios ITSON																																																				
Segundo Informe de actividades del proyecto																																																				
Informar a los responsables de iniciativas los Productos y Servicios Seleccionados																																																				

Etapa. Diagnostico a Iniciativas estratégicas

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

Se inicio el Proyecto con una con la investigación de los programas de postgrado en el ITSON, relacionados a la temática del Proyecto; resultando la **Maestría de Administración y Desarrollo de Negocio** la afín para términos de la presente.

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

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 postgrados para plantear necesidades de alumnos


Se procedió a contactar a los 2 responsables de master 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 concluyo no era necesaria en esta etapa del proyecto (año 1).

El resultado de la misma fue que los productos que se seleccionen para el proyecto, se den de alta como un Proyecto en la Maestría de Administración y Desarrollo de Negocio, 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 Proyecto (PIMPIE).

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

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

Figura 1. Instrumento para el diagnostico 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 internamente 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 presento algunos contratiempos, principalmente por los cambios recientes en los responsables a cargo de las mismas. Sin embargo se llevo a cabo en tiempos, solo 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
CIIBAA	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 ydark@itson.mx	410-09-00 ext. 2921	1		23 de marzo
						24 de marzo
CUEC	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 guiada-encuesta a responsables

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 inicio 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 de Excell, se concentraron por áreas de la organización, 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 entrevista. Información general

Iniciativa	Años establecida	Servicios habilitados
CETT	3	1
CIIBAA	3.5	1
DIAPyME	5	1
CeTIDE	1.3	1
Novutek	7	1
PTSW	2.5	1
CRIDAE	5	1
CESS	4	1
CUEC	1	1
VU	2	1
PATTE	3	2

En promedio las iniciativas estratégicas tienen 3.4 años de establecidas, la mas antigua es Novutek con 7 años y la mas 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 entrevista. Área de Mercado.

Iniciativa	Ident. Segmento mercado	Segmento de Mdo. Dirigido	Tiene estudios de Mercados	Nuevos productos	Cuales Nuevo pto
CETT	1	Sector agrícola	2	1	Hortalizas babys, especies maderables, etc.
CIIBAA	1	Agrpecuario 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, consultoría

SI	1
NO	2

Se puede observar que el total de las iniciativas estratégicas que se entrevistaron afirmo tener identificado el segmento de mercado a cual están dirigidos, solamente el CeTIDE fue quien menciona 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 babys (CETT), Aprovechamiento de la paga de Trigo (CIIBBA), Video de vigilancia (CeTIDE), Tecnologías para obtener agua de la humedad (CRIDAE), entre otros.

7.3. Área Estratégica.

Tabla 5. Resultados entrevista. Área Estratégica.

Iniciativa	(1) Tiene definida Misión y visión	(2) Objetivos estrategicos alineados a M y V.	(3) Herramienta /metodo para seguimiento a Objetivos	(4) Las actividades y proyectos estan alineadas a los objetivos	(NO) Porque
CETT	1	1	1	1*	*No necesariamente todas
CIIBAA	1	1	2*	1	*Se esta trabajando
DIAPyME	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 especificos 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 menciona 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 entrevista. Área de Procesos.

Iniciativa	Fundamental Doc, procs.	Tiene Procesos Documentados	Alineacion actividades- procesos	Metricas 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 mas trabajo.
DIAPyME	1	2*	1	2**	*Se tiene la parte de comercializar, faltaria el resto. **No tienen el total de la documentación.
CeTIDE	1		1	1	
Novutek	1		1	1	
PTSW	1	1	2*	2**	* Debido a la constitución legal y juridica de la misma, no se esta operando como la triple helice **Por la continuidad y operación del parque
CRIDAE	1		1	2	Aún no se tiene, incipiente.
CESS	1		1	2	
CUEC	1	2	2*	2**	* No se tienen documentados pero si se sigue un proceso **Se tienen metricas no formalmente
VU	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 (11) vigentes 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 afirmo tener alineadas las actividades realizadas con los procesos establecidos, no obstante un 43% (3/7) informo 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 entrevista. 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	Pag. Web	Pag. Web	*Reuniones académica, Foros **Televisión	Página web, responsable de la iniciativa.
CIABAA	2	2	Tripticos, pag web.	Tripticos, pag web, Demos	*Manuales, **Foros, congresos, investigaciones.	Página web, responsable de la iniciativa y tripticos
DIAPyME	2	2	Tripticos, pag web.	Tripticos, pag web.	**Ferias comerciales, *congresos.	Página web y de la iniciativa, responsable de la iniciativa y tripticos
CeTIDE	1	2	Tripticos, pag web.	Tripticos, pag web, Demos	*STANDS, **visitas regionales.	Página web del CeTIDE y responsable de iniciativa
Novutek	1	2	Tripticos, pag web.	Tripticos, pag web, Demos	comerciales, foros, **ANEAS, Eventos comerciales	Página web de Novutek y responsable de iniciativa
PTSW	1	2	Tripticos, pag web.	Tripticos, pag web, Demos	la región, entidades de promoción del gobierno del estado	Página del ptsw y directamente con director operativo del mismo
CRIDAE	2	2	Tripticos, pag web.	Tripticos, pag web, Demos	*Demos, **Foros, manuales de información	Página web ITSON o responsable de iniciativa
CESS	1	2	Tripticos, pag web.	Tripticos, pag web, mapas	Visitas, correos electrónicos	Página web ITSON o responsable de iniciativa
CUEC	1	1	Tripticos y KMS		informes, directamente en la comunidad **medios de	Página web ITSON o responsable de iniciativa
VU	1	2	Pag web.	Tripticos, pag web, Demos	*Correo electrónico **Visitas a las preparatorias estatales o nacionales	Página web ITSON o responsable de iniciativa
PATTE	1	2	Tripticos, pag web.	Tripticos, pag web, Demos	*Manuales, catálogos, **Reuniones	Responsables de Iniciativa

SI	1
NO	2

En el área de Difusión y promoción se puede observar en la tabla, que la mayoría de las iniciativas estratégicas realiza difusión de la misma, sin embargo en el caso de 3 de ellas mencionaron no hacerlo activamente, ya sea por que 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 más utilizados

son igualmente la pagina web Itson, trípticos, 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.- Trabajar en la realización de Informe del diagnostico

El informe del Diagnostico 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 Diagnostico

Se realizo 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 diagnostico se anexa al presente documento.

10.- Difundir resultados del diagnostico

Los medios por los cuales se difundieron los resultados son:

Documento I Informe de actividades del Proyecto de Desarrollo
Subir información a página del proyecto
Aviso vía dotproject a responsables de Iniciativas Estratégicas

Etapa II. Diseño de Pagina Web para el Proyecto

11.- Gestionar espacio para página del proyecto.

En la presente actividad, el maestro 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 ing. 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 pagina

Se investigaron pagina con contenidos sobre inteligencia de mercados, como referencia para el sitio del proyecto sin embargo se concluyo la pagina contendría elementos esenciales del proyecto.

La investigación sobre los sitios se presenta a continuación.

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

<p>Página web 1: http://www.byo-latam.com/espanol.html</p> <p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none">- Misión- Filosofía- Presencia institucional- Staff de Dirección- Experiencia- Servicios y productos- Contacto <p>Página web 2: http://portal2.sre.gob.mx/mesoamerica/index.php?option=com_content&task=view&id=113&Itemid=98</p> <p>Contenido:</p>

<ul style="list-style-type: none">- Inicio- ¿Qué es el proyecto?- Mensaje de la comisión ejecutiva<ul style="list-style-type: none">- Antecedentes- Misión y visión- Estatutos- Funciones y estructura- Directorio- Preguntas frecuentes <p>Página web 3: http://www.cepac.org.bo/neo_sim/enlaces/leche.php</p> <p>Contenido:</p> <p>Inicio</p> <ul style="list-style-type: none">- Información de mercado- Biblioteca- Herramientas SDE- Formalización- Normas y procesos de exportación- Contacto- Enlaces <p>Página web 4: http://www.simoconsulting.com/web/</p> <p>Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none">- Acerca de ...- Servicios- Consulting- Research- Presencia en los medios- Presencia internacional

13.- Contactar diseño grafico para apoyo de alumnos de prácticas profesionales en el diseño de página.

Se dio de alta al proyecto en diseño grafico, 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 lo cual se contemplaría al proyecto para el verano 2010.

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

Tabla 9. Información enviada a Diseño grafico.

INFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN
<p>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: cclopez@itson.mx Nombre del dueño o representante*: Jesús Gaxiola Meléndrez Teléfono: 644410900 EXT. 2564 Correo electrónico: jgaxiola@itson.mx</p>
<p>2) ENLACE EN LA ORGANIZACIÓN (CLIENTE) (supervisor directo de los practicantes en la organización)</p> <p>Nombre completo: Claudia Carolina López Gutiérrez Puesto: Responsable administrativo Correo electrónico: cclopez@itson.mx Teléfono y extensión: 644410900 ext. 2567</p>
<p>3) SERVICIO SOLICITADO POR EL CLIENTE (problema o área de oportunidad expresada por el cliente)</p> <p>Trabajar con alumnos de prácticas en proyectos del centro en:</p> <p><i>Diseño de Identidad del Centro</i> <i>Apoyo en diseño de página del Observatorio del Centro</i> <i>Apoyo en página de un proyecto</i></p>

14.- Validar contenidos y diseño de la página web

En este apartado, toda vez que se tenía el espacio de micrositos 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 pagina 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 pagina web del mismo y seguimiento en la plataforma dot Project, por lo cual se les dio de alta a aquellos que aun no estuvieran trabajando en la misma.

Por lo cual se les informo a través de la plataforma de dot project, podrían consultar la pagina 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 Pagina 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 Pagina Web para el Project
Tareas: Informar a Responsables de IE la existencia de pag. Web
Tipo de tarea: Administrativa

17.- Actualizar información de la página del proyecto

La primera actualización en el año, consistió en subir información sobre el primer informe de actividades del Proyecto de Desarrollo y resultados del Diagnostico a las Iniciativas Estratégicas, en el apartado de avances del proyecto la pagina habilitada para el mismo.

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

Avances del Proyecto según las metas:

Tabla 11. Proporciones de avances por metas.

Metas	Proporción de avances
M1. Elaboración de un estudio de Productos ITSON seleccionados.	42%
M2. Habilitación a los responsables de las Iniciativas estratégicas en cuanto a Identificación de Mercados a los Productos.	0% (inicia en julio)