



LATINDEX - Research Gate - DULCINEA - CLASE - Sudoc - HISPANA - SHERPA UNIVERSIA - E-Revistas - Google Scholar
DOI - REBID - Mendeley - DIALNET - ROAD - ORCID

Title: Aplicación de las Tecnologías de la Información para conocer un panorama del mercado y su análisis como criterio ponderate para el éxito de una Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES)

Authors: Yucels Anaí DEL CARMEN MORALES, Heidi DEL CARMEN MORALES

Editorial label ECORFAN: 607-8324
BCIERMIMI Control Number: 2017-02
BCIERMIMI Classification (2017): 270917-0201

Pages: 18

RNA: 03-2010-032610115700-14

ECORFAN-México, S.C.

244 – 2 Itzopan Street

La Florida, Ecatepec Municipality

Mexico State, 55120 Zipcode

Phone: +52 1 55 6159 2296

Skype: ecorfan-mexico.s.c.

E-mail: contacto@ecorfan.org

Facebook: ECORFAN-México S. C.

Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings

Bolivia	Honduras	China	Nicaragua
Cameroon	Guatemala	France	Republic of the Congo
El Salvador	Colombia	Ecuador	Dominica
Peru	Spain	Cuba	Haití
Argentina	Paraguay	Costa Rica	Venezuela
Czech Republic			

Contexto:

La actividad cafetalera en la región es una de las principales fuentes de ingresos para las familias Huastecas, sin embargo una de sus problemáticas principales es que hoy en día no se explota al máximo este producto y sus derivados, esto debido a que los productores en su mayoría indígenas no poseen el capital necesario para realizar buenas prácticas de producción y comercialización que les permitan entregar el café con los requerimientos y especificaciones necesarias; aunado a esto se presenta la carencia del uso de las tecnologías de la información para identificar las demandas y expectativas del mercado potencial.

Antecedentes

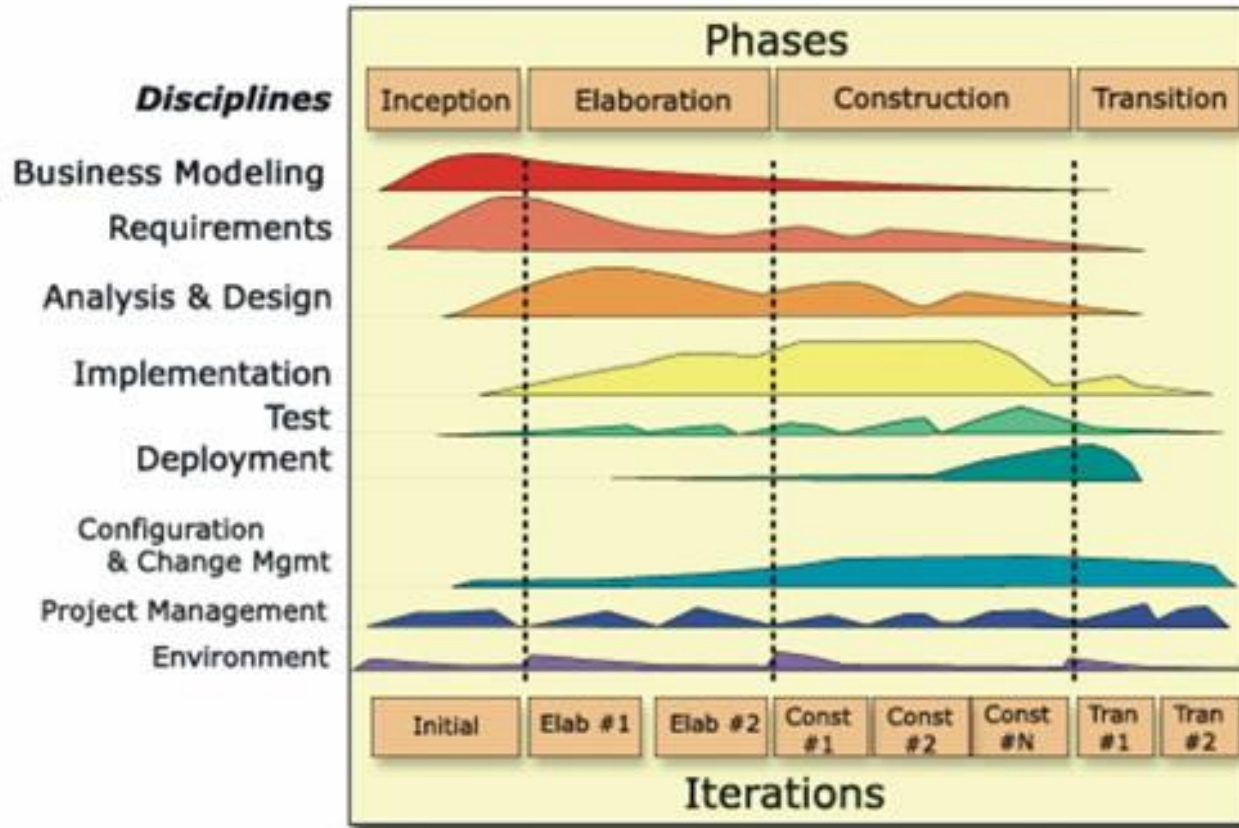
De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, actualmente las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) constituyen más del 90% del tejido empresarial en la mayoría de los países del mundo. En México, las MIPYMES aportan alrededor del 34.7% de la Producción Bruta Total y generan 73% de los empleos, lo que significa más de 19.6 millones de puestos laborales (Republica, 2013).

Objetivo General

Ofrecer un entorno que permita conocer el comportamiento de los consumidores, la competencia y la preferencia en el mercado a través de una herramienta de libre acceso, para establecer criterios en la toma de decisiones a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES).

Metodología

RUP (Rational Unified Process)



Fuente: (Pressman, 2008)

Inicio:

- Análisis de requerimientos (entrevistas)
- Planeación de actividades del proyecto (CATI-DSS).
- Conocer el proceso de un estudio de mercado.
- Se realizó un estudio de factibilidad.

Elaboración:

- Se tomo como referencia la norma mexicana del modelo de procesos para la industria del software (MOPROSOFT).
- Identificar los actores que intervienen en un proceso de estudio de mercado (Casos de uso y documentos descriptivos).
- Diseño arquitectónico de la aplicación.

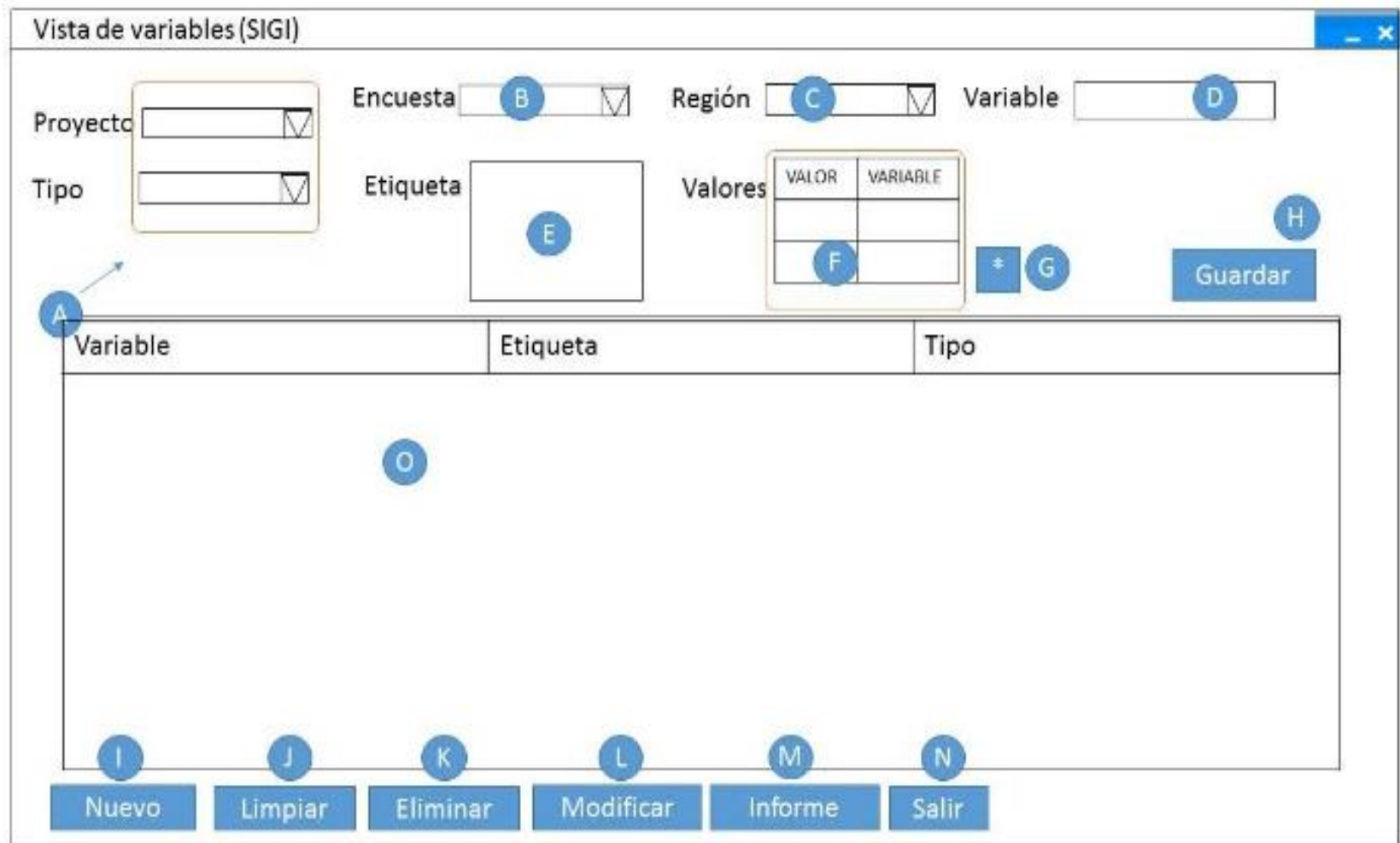


Figura 2. Boceto de la vista de variables: En este boceto se capturan las preguntas que va a contener la encuesta del estudio de mercado.

Construcción:

- ❑ Se realizó la programación de cada una de las interfaces diseñadas en la apartado de elaboración utilizando herramientas como NETBEANS IDE, Java y MySql.
- ❑ Se programaron módulos:
 - a) Cálculo de muestra
 - b) Registro de preguntas
 - d) Resultados del estudio de mercado
 - e) Generación de gráficos
 - f) Datos estadísticos
 - g) Análisis de proyecciones
 - h) Precios.

Transición:

- ❑ Generación de un manual de usuario.
- ❑ Pruebas, almacenando los datos obtenidos en el proyecto “Estudio de factibilidad de mercado para la comercialización del café producido en la comunidad de Cochoatla Atlapexco Hidalgo” para evaluar el funcionamiento del sistema.

Resultados

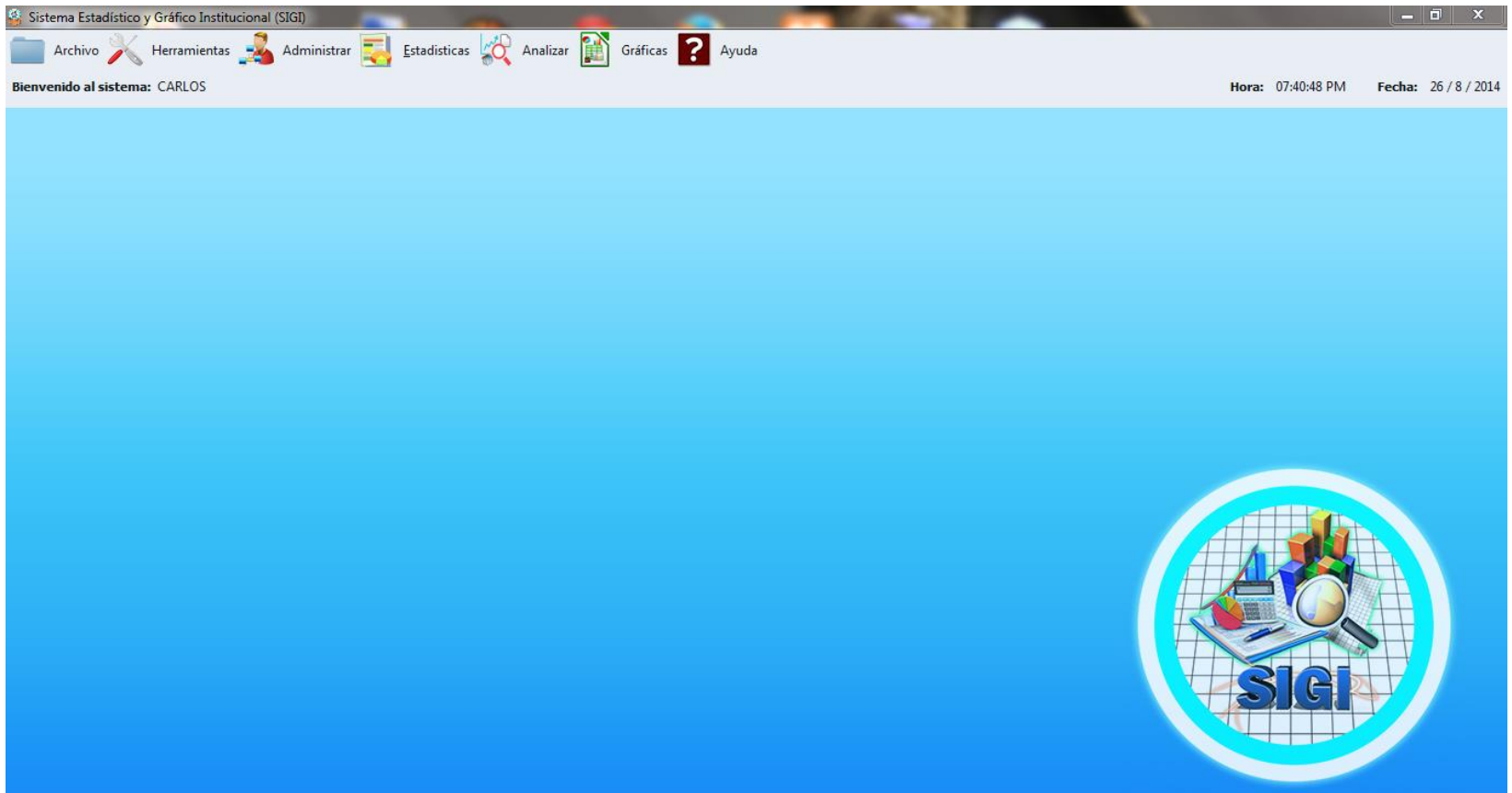


Figura 3: Menú principal del sistema SIGI

Sistema Estadístico y Gráfico Institucional (SIG)

Archivo Herramientas Administrar Estadísticas Analizar Gráficas Ayuda

Bienvenido al sistema: CARLOS Hora: 07:41:44 PM Fecha: 26 / 8 / 2014

Vista de variables (SIG)

Proyecto: CAFE Encuesta: Consumidor Región: HUASTECA Variable:

Tipo: [Elige un tipo] Etiqueta: Valores:

VALOR	VARIABLE
-------	----------

VARIABLE	ETIQUETA	TIPO
CONFORME	CONFORME AL PERIODO MARCADO, ¿NORMALMENTE QUÉ CANTIDAD CONSU...	Escala
CONSUME	¿USTED CONSUME CAFE?	Escala
DONDE_ADQU	¿DONDE LE GUSTARIA ADQUIRIR ESTE PRODUCTO?	Escala
LUGAR_ADQU	¿EN QUÉ LUGAR ADQUIERE EL PRODUCTO ACTUALMENTE?	Escala
MARCA	¿QUÉ MARCA DE CAFÉ ADQUIERE REGULARMENTE?	Escala
NORMALMENT	NORMALMENTE, ¿CADA CUÁNDO CONSUME CAFÉ?	Escala
PRESENTACI	¿EN QUÉ PRESENTACIÓN COMPRA EL CAFÉ?	Escala
PRESEN_GUS	¿EN QUÉ PRESENTACIÓN LE GUSTARIA ADQUIRIR EL PRODUCTO?	Escala
PROBADO	¿HA PROBADO CAFÉ PRODUCIDO EN LA HUASTECA HIDALGUENSE?	Escala
PROXIMAMEN	PRÓXIMAMENTE SE ESTARÁ COMERCIALIZANDO CAFÉ PRODUCIDO EN LA COM...	Escala
TAMA_PRECI	¿EN QUE TAMAÑO Y PRECIO ADQUIERE EL CAFÉ?	Escala
XQUE_ADQUI	¿POR QUÉ ADQUIERE CAFÉ EN ESE ESTABLECIMIENTO?	Escala

Nuevo Limpiar Eliminar Modificar Informe Salir

Figura 4: Vista de variables

Sistema Estadístico y Gráfico Institucional (SIGI)

Archivo Herramientas Administrar Estadísticas Analizar Gráficas Ayuda

Bienvenido al sistema: CARLOS Hora: 07:43:05 PM Fecha: 26 / 8 / 2014

Vista de datos (SIGI)

Proyecto: CAFE Encuesta: Consumidor Región: HUAATECA

CONSUME	NORMALMENT	CONFORME	MARCA	PRESENTACI	TAMA_PRECI	LUGAR_ADQU	XQUE_ADQUI	PROBADO	PROXIMAMEN	DONDE_ADQU	PRESEN_GUS
SI	DIARIO	1 TAZA	CAFE REGIONAL	BOLSA	125 GRAMOS	OTRO	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	BOLSA
SI	DIARIO	2 TAZAS	CAFE REGIONAL	BOLSA	250 GRAMOS	OTRO	CALIDAD	SI	SI	SUPERMERCADO	FRASCO
SI	DIARIO	4 TAZAS	CAFE REGIONAL	BOLSA	500 GRAMOS	OTRO	PRECIO	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	3 VECES POR SEM...	2 TAZAS	CAFE DE ORO	FRASCO	125 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	UBICACION	SI	SI	SUPERMERCADO	FRASCO
SI	DIARIO	1 TAZA	NESCAFE	FRASCO	125 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	PRECIO	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	DIARIO	1 TAZA	CAFE REGIONAL	BOLSA	1 KILOGRAMO	MERCADO	PRECIO	SI	SI	MERCADO	FRASCO
SI	2 VECES POR SEM...	1 TAZA	NESCAFE	FRASCO	250 GRAMOS	SUPERMERCADO	CALIDAD	SI	SI	SUPERMERCADO	FRASCO
SI	3 VECES POR SEM...	1 TAZA	CAFE DE ORO	FRASCO	250 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	2 VECES POR SEM...	1 TAZA	NESCAFE	FRASCO	250 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	DIARIO	1 TAZA	CAFE REGIONAL	BOLSA	1 KILOGRAMO	MERCADO	CALIDAD	SI	SI	MERCADO	FRASCO
SI	2 VECES POR SEM...	1 TAZA	CAFE DE ORO	FRASCO	250 GRAMOS	SUPERMERCADO	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	UNA VEZ POR SE...	1 TAZA	NESCAFE	FRASCO	250 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	UNA VEZ POR SE...	1 TAZA	NESCAFE	FRASCO	500 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	DIARIO	1 TAZA	CAFE REGIONAL	BOLSA	1 KILOGRAMO	MERCADO	CALIDAD	SI	SI	MERCADO	FRASCO
SI	DIARIO	1 TAZA	CAFE REGIONAL	BOLSA	500 GRAMOS	MERCADO	CALIDAD	SI	SI	MERCADO	FRASCO
SI	DIARIO	1 TAZA	CAFE REGIONAL	BOLSA	500 GRAMOS	MERCADO	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	2 VECES POR SEM...	1 TAZA	CAFE LEGAL	OTRO	125 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	UNA VEZ POR SE...	1 TAZA	CAFE LEGAL	OTRO	125 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	PRECIO	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	2 VECES POR SEM...	1 TAZA	CAFE LEGAL	OTRO	125 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	PRECIO	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	UNA VEZ POR SE...	1 TAZA	CAFE LEGAL	OTRO	125 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	DIARIO	1 TAZA	NESCAFE	FRASCO	500 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	2 VECES POR SEM...	1 TAZA	CAFE DE ORO	FRASCO	500 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	DIARIO	1 TAZA	CAFE REGIONAL	BOLSA	1 KILOGRAMO	MERCADO	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	DIARIO	1 TAZA	NESCAFE	FRASCO	500 GRAMOS	SUPERMERCADO	CALIDAD	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO
SI	DIARIO	1 TAZA	NESCAFE	FRASCO	500 GRAMOS	TIENDA AUTOSER...	PRECIO	SI	SI	TIENDA AUTOSER...	FRASCO

Nuevo Capturar Guardar Importar Exportar Informe Salir

Figura 5: Vista de datos

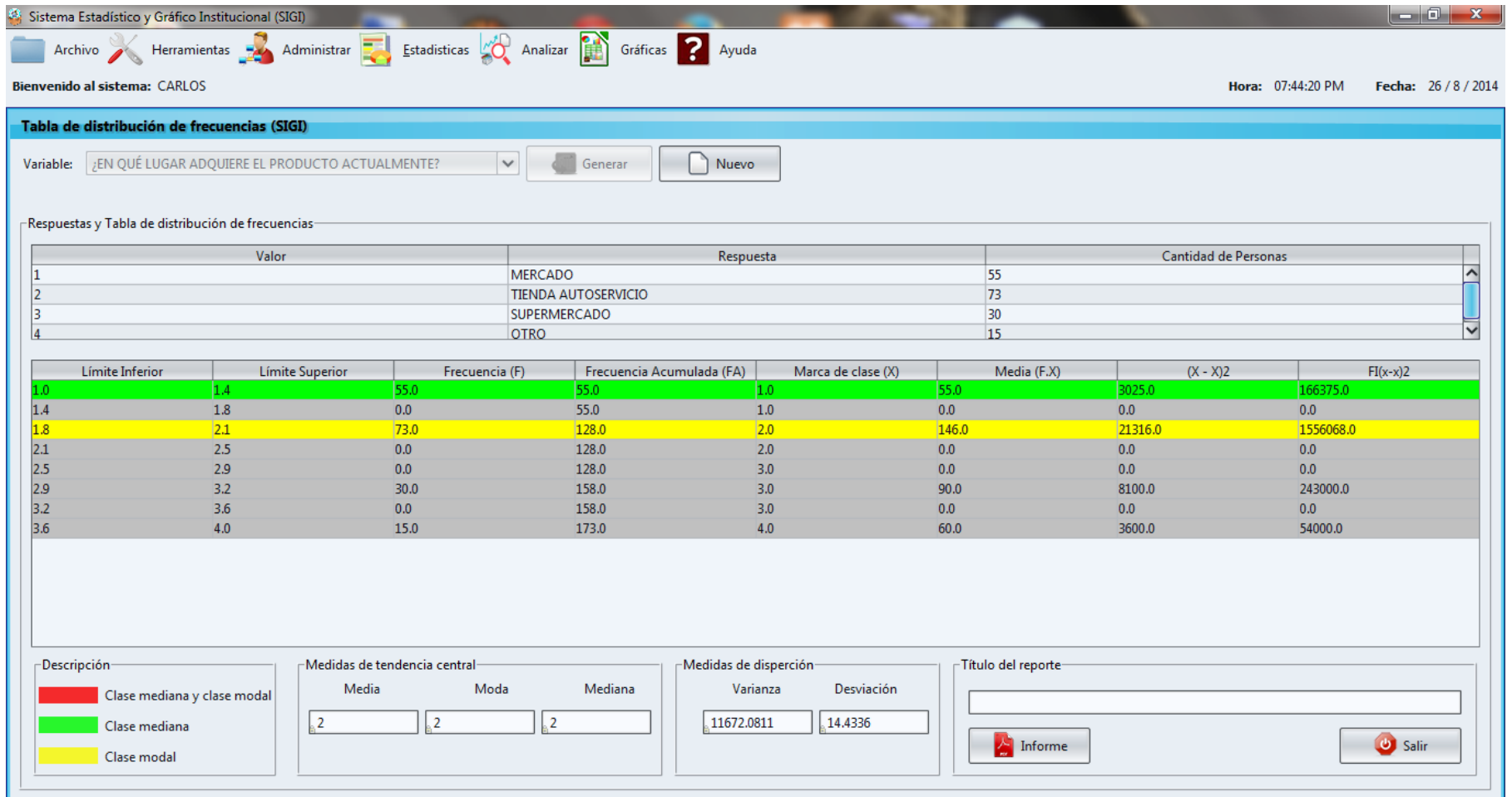


Figura 6: Tabla de distribución de frecuencias

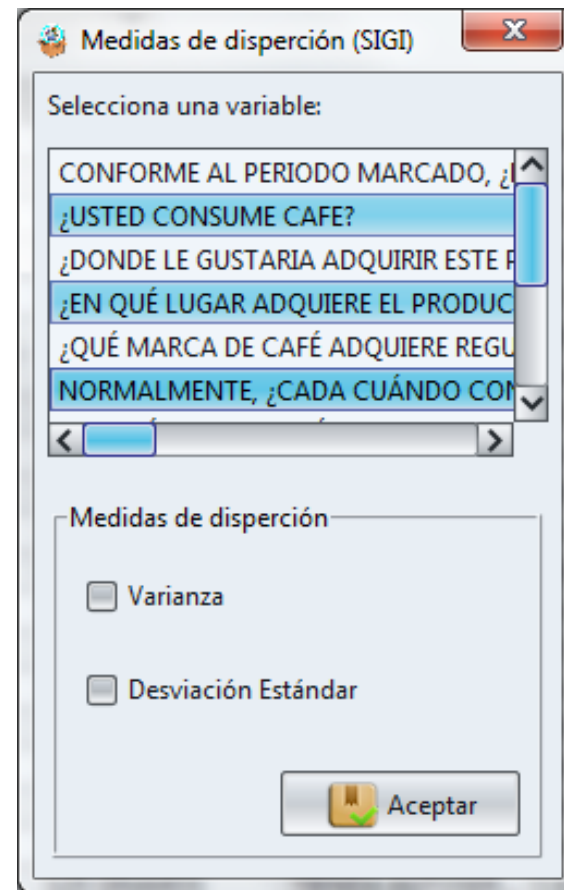
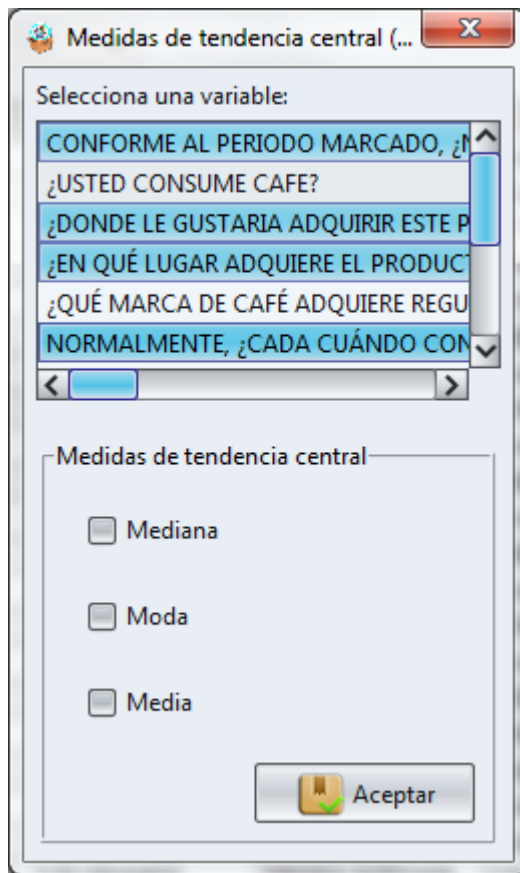


Figura 7: Medidas de tendencia central y dispersión

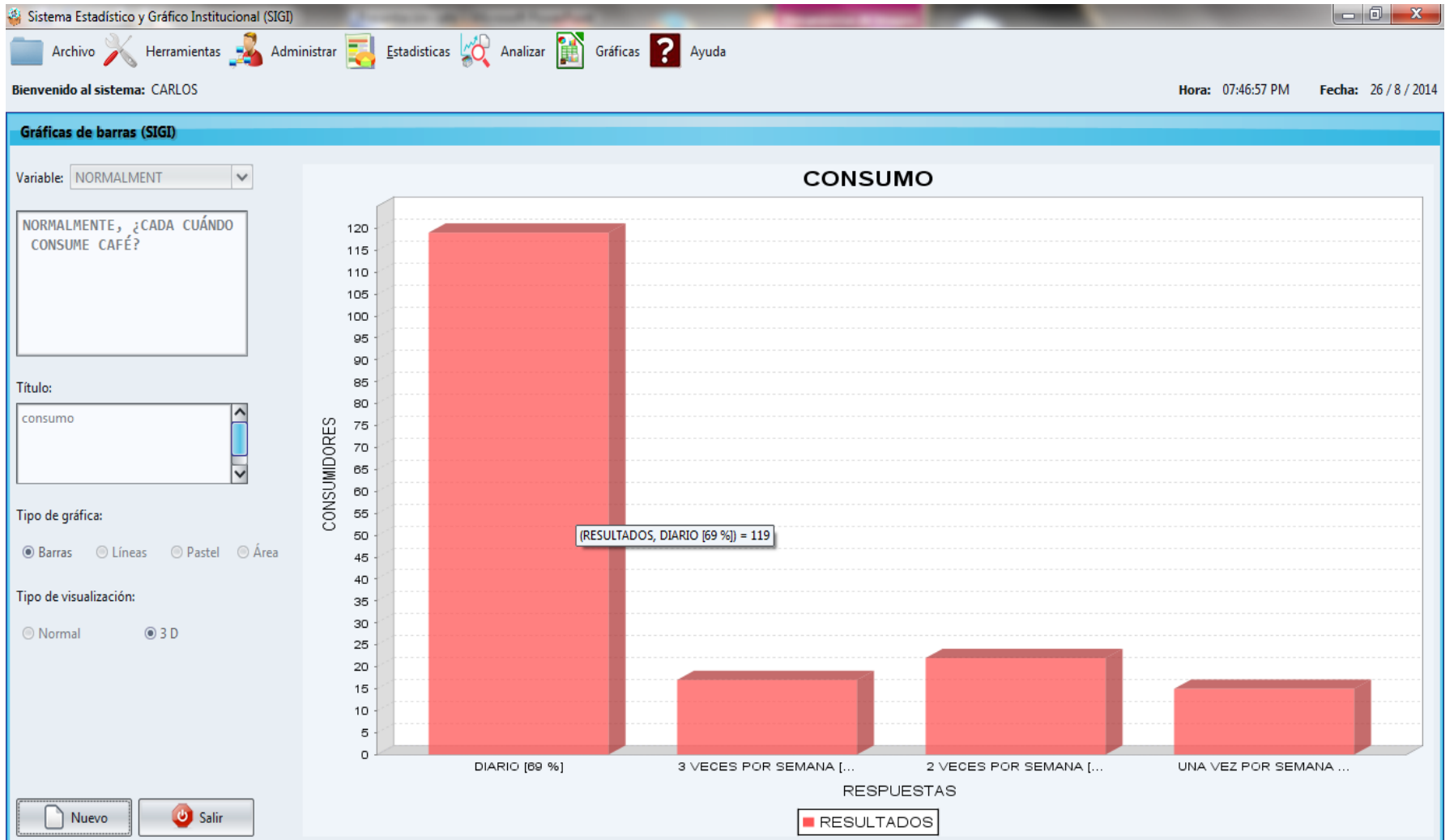


Figura 8: Gráficas en detalle

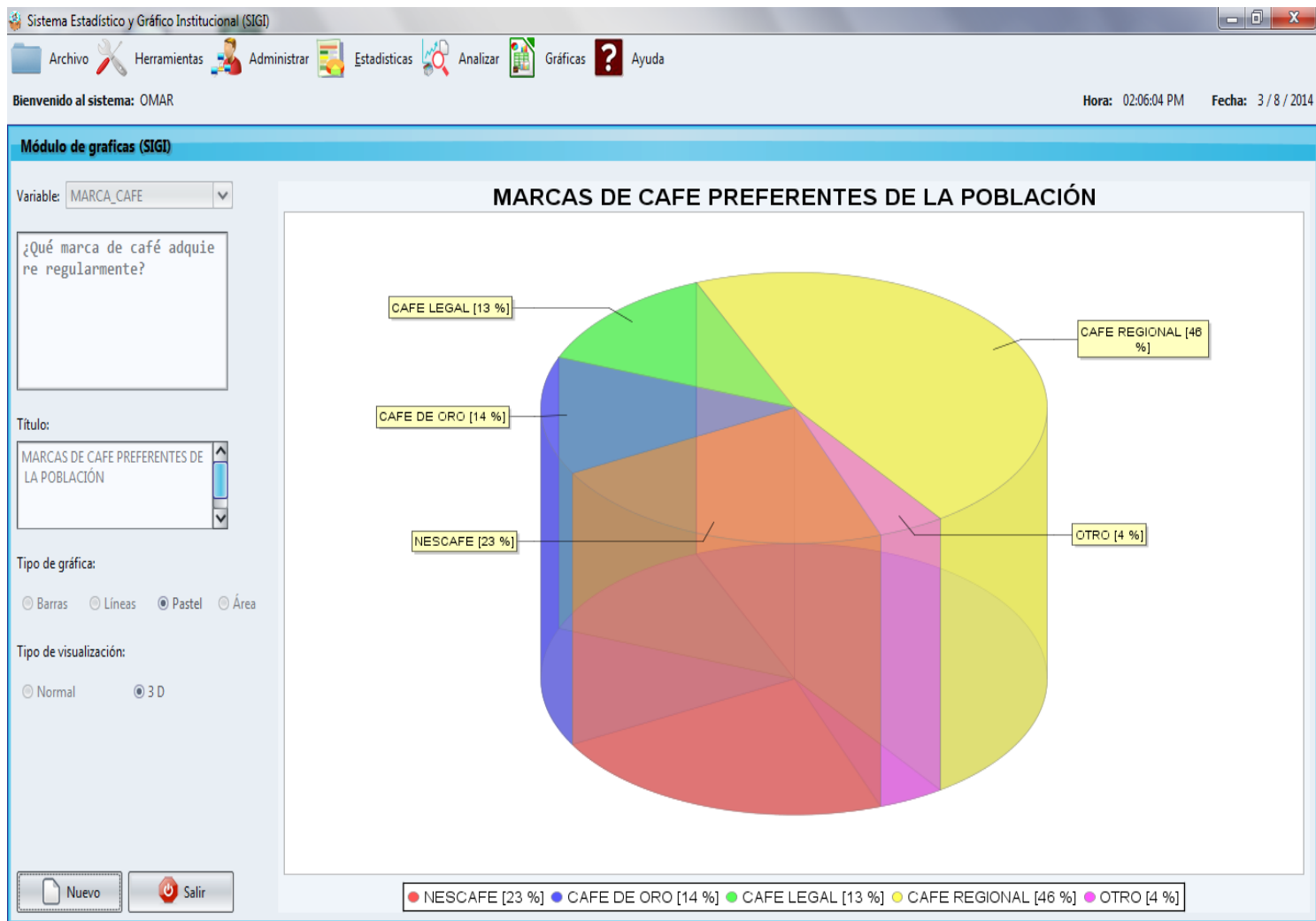


Figura 9. Formulario de graficas a detalle de reportes estadísticos

Conclusiones

El presente proyecto tuvo como objetivo el desarrollo de un Sistema Estadístico y Gráfico Institucional (SIGI), con base a métodos estadísticos para el análisis de datos, toma de decisiones, solución de problemas y mejora de resultados en el estudio de mercado de la cadena productiva del café en la localidad de Cochochotla, Atlapexco, Hgo.

Para realizar el sistema SIGI se requirieron de conocimientos de estadística aplicada y estudios de mercado, por la cual se tomaron clases acerca de esos temas y consulta de bibliografía del autor Gabriel Baca Urbina.

Para reunir la información se realizaron encuestas que proporcionaron los alumnos de la carrera de Administración y evaluación de proyectos, los cuales fueron los encargados.

Bibliografía:

- (INEGI), I. N. (2011). *Estadística sobre disponibilidad y uso de Tecnología de información y comunicación en los Hogares*. Obtenido de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2011.pdf
- Álvarez, M. A. (18 de 07 de 2001). *Qué es Java*. Obtenido de <http://www.desarrolloweb.com/articulos/497.php>
- AMIPCI. (2013). *Asociación Mexicana de Internet*. Obtenido de <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=348&Type=1>
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos (7a. ed.)*. Mexico: McGraw Hill .
- Bausela, H. E. (2005). *SPSS: UN INSTRUMENTO DE ANÁLISIS DE DATOS*. Obtenido de <http://laboratorios.fi.uba.ar/lie/Revista/Articulos/020204/A3mar2005.pdf>
- Bisquerra, A. R. (2006). *INTRODUCCION CONCEPTUAL AL ANALISIS MULTIVARIABLE. UN ENFOQUE INFORMATICO CON LOS PAQUETES SPSS-X, BMDP, LISREL Y SPAD. VOL. I*. Barcelona España: Editorial: PPU.
- Bravo R., L. F. (2012). *Análisis de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICS) en México*. Obtenido de http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/150/TIC_en_Mexico.pdf
- Café, C. H. (2017). *Consejo Hidalguense del Café* . Obtenido de <http://concafe.hidalgo.gob.mx/?p=90>
- Garza, B. (2014). *Estadística y Probabilidad*. Pearson.
- Levin, R. B. (2004). *Estadística para la administración y economía*. México: Pearson.
- Netbeans. (14 de 06 de 2014). *Netbeans*. Obtenido de https://netbeans.org/index_es.html
- NYCE. (2016). *MoProSoft*. Obtenido de <https://www.nyce.org.mx/moprosoft-nyce/>
- Pressman, R. S. (2008). *Ingeniería del software un enfoque practico*. . Madrid España: McGrawHill.
- Republica, G. d. (20 de 05 de 2013). *Diario Oficial de la Federación*. Obtenido de PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013-2018: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013
- Reyna, O. J. (2015). *El Método Estadístico*. Obtenido de <http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/sp/wp-content/uploads/2015/11/03REYNAGA1.pdf>
- Torres, N. H. (2014). *Una reflexión sobre la adopción de las TIC y el comercio electrónico en México*. . Obtenido de http://sabes.edu.mx/redi/4/pdf/SABES_4_3NADIAPDF_V1.pdf
- UAEM. (2014). *¿Qué es MySQL?* . Obtenido de www.uaem.mx/%2Fposgrado%2Fmcruz%2Fcursos%2Fmiic%2FMySQL.pdf
-



ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BCIERMIMI is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/ booklets)