ÁREA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

PARA LA EMPRESA

La Mexicana

MATERIA

Administración de Proyectos de TI

PRESENTA

Jonathan Jair Alfaro Sánchez

Giovanni Misael Alfaro Sánchez

Miguel Ángel Mandujano Barragán

Mary Carmen Crescencio Bernal

GRUPO

ITI-801

GENERACIÓN: 2017-2019

ACÁMBARO, GUANAJUATO. 04/02/2018

**ÍNDICE**

[1. ANTECEDENTES 1](#_Toc505522830)

[1.1. FILOSOFÍA EMPRESARIAL 1](#_Toc505522831)

[1.1.1. Visión 1](#_Toc505522832)

[1.1.2. Misión 1](#_Toc505522833)

[1.2. ORGANIGRAMA 2](#_Toc505522834)

[1.3. ANTECEDENTES DEL PROYECTO 2](#_Toc505522835)

[2. PROBLEMÁTICA 3](#_Toc505522836)

[3. JUSTIFICACIÓN 4](#_Toc505522837)

[4. OBJETIVOS 5](#_Toc505522838)

[4.1. OBJETIVO GENERAL 5](#_Toc505522842)

**INTRODUCCIÓN**

Este aparatado se redacta al final del Informe, porque se debe conocer todo lo que se desarrolló como proyecto de Estadía.Este apartado pretende describir brevemente: ¿Qué se hizo?, ¿cómo se hizo?, ¿qué se obtuvo? Es importante mencionar que NO debe ser una trascripción de los elementos mencionados, ni una copia resumida; tampoco se deberán enlistar resultados, ni presentar tablas, figuras o gráficas.

Por otro lado, y si fuese necesario, se puede mencionar aquello que estuvo fuera del alcance del trabajo, justificando el por qué.

La extensión de este apartado se recomiendo sea máximo de una cuartilla con una redacción en **tiempo pasado** y de manera impersonal., el título es de primer orden, por lo tanto debe ir centrado, con mayúsculas, Arial, negrita, en tamaño 14 y específicamente este título no lleva numeración.

Para el desarrollo del contenido debes consultar la Guía de Contenido (Palomares, 2014)

Algunos comentarios personales ayudan a que se desarrolle mejor la introducción, ya que se puede platicar sobre la evolución de la investigación, las experiencias que se obtuvieron durante la elaboración o bien si se desea indicar instrucciones o recomendaciones sobre la lectura de algunas partes del informe final de estadía como son: gráficos, tablas, imágenes, entre otros.

1. **ANTECEDENTES**

Empresa La Mexicana es un PYME orientada a la elaboración de salsas tradicionales y gourmet, estas son elaboradas con ingredientes naturales y frescos, la intensión del proyecto es destacar la gran variedad y particularidad de México destacando en las salsas, la sede es en la ciudad de Acámbaro en el Estado de Guanajuato.

En México la mayoría de las personas acompañan su comida con salsas, esto genera una demanda alta en el producto, al ser un producto de consumo popular es fácil entrar a este mercado, aunque la competencia es variada y posicionada en cuestión de marcas, la ventaja del proyecto es que son salsas caseras, esto nos da una oportunidad para poder incursionar sin problemas, además la materia prima es de fácil acceso y con un precio accesible ya que al ser parte de la alimentación diaria de los mexicanos ésta se encuentra dentro de la canasta básica.

* 1. FILOSOFÍA EMPRESARIAL

Ofrecer la mejor atención a nuestros clientes, enfocándonos en cumplir la satisfacción de los mismos, cubriendo sus necesidades y cumpliendo sus deseos. Creando en ellos un ambiente de confort y confianza.

Visión

Ser una empresa líder en la fabricación y distribución de salsas y aderezos, logrando abastecer la mayor cantidad de nichos de mercado, satisfaciendo los gustos y necesidades los nuestros clientes.

Misión

Ofrecer salsas y aderezos al mercado nacional, que satisfagan las expectativas del cliente en precio y calidad, elaborados bajo estrictas normas de higiene y seguridad, generando además fuentes de empleo.

* 1. **ORGANIGRAMA**
  2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Existe el precedente de un sitio web desarrollado por la misma empresa, pero dicho sitio era muy básico y no cubría todos los requerimientos que ahora la empresa tiene.

1. PROBLEMÁTICA

En la ciudad de Acámbaro, Gto. se encuentra ubicada la empresa La Mexicana S.A. DE C.V. con la intención de desarrollar un proyecto para la misma se llevó a cabo una reunión el mes de febrero del 2018. En dicha reunión se observó que, al ser una empresa que surgió hace poco tiempo, no cuentan con una herramienta tecnológica que les permita dar mayor publicidad y difusión a sus productos y servicios.

Actualmente la empresa no cuenta con medios publicitarios ya que surgió hace poco tiempo, pero pretenden implementar medios y estrategias de publicidad ya conocidas como spots de radio, volanteo y material pop en busca de mayor difusión y alcance.

Al contar solo con los medios convencionales de publicidad como folletos, volates, trípticos, etc. tiene la limitante de cubrir un menor alcance geográfico, además de que requiere contar con personal para distribuirlos en el área que se quiere cubrir. Además de todo esto, sabemos que elaborar medios impresos conlleva un mayor tiempo de elaboración y costos por su impresión.

Los productos relacionados con la comida difícilmente tienen auge en el Internet, sin embargo, es una gran oportunidad que le dará un valor agregado a sus servicios, a su publicidad para aumentar los posibles clientes y reducirá costos de la misma, siempre que se le dé el enfoque adecuado, tomando como la gran ventaja de brindar la comodidad al público de conocer los productos que la empresa ofrece, sin la necesidad de ellos se tengan que trasladar y dejando a su disposición la información sin distinción de horarios.

1. JUSTIFICACIÓN

El ritmo de los avances tecnológicos requiere de herramientas modernas, comunicaciones eficientes, actualización permanente de información, estrategias y metodologías. La velocidad de comunicación que ofrece hace que sea un medio ideal para cubrir esas necesidades. Internet brinda la capacidad de estar siempre disponible en cualquier lugar y en cualquier momento.

Entre los beneficios que un sitio web podría darle a la empresa podemos destacar los siguientes:

* Permite aumentar el número de posibles clientes de su empresa.
* Un sitio es la publicidad más económica en relación al tiempo de publicación, 365 días del año, las 24 hrs del día.
* Brinda comodidad al público pues no tienen que trasladarse a ningún lugar para conocer de su producto.
* Le permite ahorrar en publicidad, evitando tener que reimprimir o rehacer, como sería el caso con guías y folletos impresos.
* La información publicada en Internet es instantánea.
* Da la posibilidad de ampliar su mercado desde un nivel local hasta un nivel nacional o internacional.
* Puede dar a conocer y difundir la dirección de su empresa, oficinas, locales o tiendas, sus números de teléfono, fax y su dirección de correo electrónico, para que sus clientes lo contacten fácilmente.

De no tomarse en cuenta la propuesta presentada en este proyecto a un mediano plazo, la empresa no lograra un mejor posicionamiento, además de seguir invirtiendo más en los medios convencionales de publicidad.

1. OBJETIVOS

4. 1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un sitio web para la empresa La Mexicana S.A. de C.V. ubicada en Acámbaro Guanajuato durante el periodo Febrero-Abril del 2018, con el objeto de brindar un medio que sirva para dar a conocer su empresa, así como los productos y servicios que ofrecen.