



Tecnológico
de Antioquia
Institución Universitaria



PERCEPCIONES DEL BIG DATA EN LOS CONSUMIDORES DE ALIMENTOS PROCESADOS DEL VALLE DEL ABURRA

Elaborado por:

Liliana Cárdenas Cano

María Eugenia Jiménez Ruiz

Luder Estefanny Velandia Estrada

Asesor: Marisol Valencia Cárdenas

Administración Financiera

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2021

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. **Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria**

Trabajo de Grado. Ciclos Profesionales

PERCEPCIONES DEL BIG DATA EN LOS CONSUMIDORES DE ALIMENTOS

PROCESADOS DEL VALLE DEL ABURRA

Liliana Cárdenas Cano

Estudiante de décimo semestre del programa Administración Financiera

licardenas2022@gmail.com

María Eugenia Jiménez Ruiz

Estudiante de décimo semestre del programa Administración Financiera

mejimenez70@gmail.com

Luder Estefanny Velandia Estrada

Estudiante de décimo semestre del programa Administración Financiera

Stefanny-2704@hotmail.com

Asesor: Marisol Valencia Cárdenas, Ingeniera Industrial, Msc en Ciencias-estadística, Phd en Ingeniería Industria y organizaciones, E-mail: mvalencil@tdea.edu.co

Resumen:

El avance tecnológico ha sumado cada vez más innovación y cambios de comportamiento de los consumidores. En este sentido, el cliente se suma al comportamiento digital, pero es conveniente analizar su percepción acerca de todas las dinámicas relativas a éste avance. En éste trabajo se propone describir la percepción del consumidor, acerca del uso del Big Data a nivel del sector de alimentos procesados, vinculando sus dimensiones con relación a las tecnologías digitales, el canal e-commerce, el auge de las alternativas para enfrentar la

crisis pos-covid 19. Se utilizó una metodología cuantitativa, basada en la aplicación de un instrumento de encuesta a una muestra de 196 consumidores, usando el análisis de estadísticas descriptivas para concluir sobre la mirada social del uso del Big Data. Entre los principales hallazgos se encuentran el aumento del vínculo de las compras online de los clientes, la satisfacción con los beneficios percibidos como incentivos por las compras, sin embargo, no es muy alto el nivel de conocimiento de las estrategias de venta online.

Palabras clave: Big Data, comportamiento del consumidor, e-commerce

Abstract:

Technological progress has added more and more innovation and changes in consumer behavior. In this sense, customers also incorporate digital behavior, it is convenient to analyze his perception about all the dynamics related to this advance. In this paper we propose to describe the consumer's perception about the use of Big Data. in the sector of food processing, linking its dimensions in relation to digital technologies, the e-commerce channel, and also, rising alternatives to face the post-covid 19 crises. We used a methodology research based on quantitative techniques, by applying a survey instrument to a sample of 196 consumers, and using a descriptive statistics analysis to conclude about the social vision of Big Data approach. Among the main findings are the increase in the linkage of customers' online purchases, satisfaction with the perceived benefits as incentives for purchases, however, the level of knowledge of online sales strategies is not very high.

Keywords: Big Data, Consumer Behaviour, E-commerce

Referencia

Ainia. Prospectiva: 7 grandes avances en tecnología alimentaria. Ainia tecnología.
<https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/tecnologia/prospectiva-7-grandes-avances-en-tecnologia-alimentaria/>

Alhefeiti, A., Aldhanhani, H., Almatrooshi, R., & Singh Sisodia, G. El impacto de Covid-19 en la industria alimentaria.
<http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/133/1332250006/1332250006.pdf>

Brynjolfsson, (2011); Grey,(2014); McAfee, (2013). Viabilidad de instauración de la economía automatizada en la sociedad del trabajo

BBC mundo.(25 abril 2018). 3 maneras en que la tecnología de los alimentos está transformando lo que comemos. BBC news mundo.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-43894163>

Cakmakci, M., Interaction in Project Management Approach Within Industry 4.0 (2019) Advances in Manufacturing II, pp. 176-189. , Springer

Canós Darós, L. Pons Morena, C. Santandreu Mascarell, C. (2015). Estrategias de innovación. (Recuperado el 22 de Mayo de 2021). Escuela Politécnica Superior de Gandia.

Colombia, U. E. (s.f.). Universidad Externado de Colombia. Obtenido de Universidad Externado de Colombia: <https://www.uexternado.edu.co/derecho/los-avances-de-colombia-en-el-big-data/>

Colprensa. (2021, Julio). Conectividad en Colombia creció más del 50% en el primer trimestre del 2021. El país. <https://www.elpais.com.co/tecnologia/conectividad-en-colombia-crecio-mas-del-50-en-el-primer-trimestre-del-2021.html>

Freire,C. (2017). análisis y selección de componentes e-commerce de la plataforma wordpress para la implementación de una tienda online para la empresa de desarrollo de software y marketing digital “cookie development and marketing”(trabajo de grado previo a la obtención del título de ingeniero en sistemas computacionales). Universidad técnica del norte.
<http://repositorio.utn.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/6855/1/04%20ISC%20438%20TRABAJO%20DE%20GRADO%20.pdf>

Garzón, A. (2015). Evolución e impacto de big data en empresas grandes de diferentes industrias del sector corporativo en Antioquia. (Tesis de maestría). Universidad Eafit. Medellín.

Disponible

en:

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/8202/Alejandro_GarzonArredondo_2015.pdf?sequence=2

Göçer , F. & Büyüközkan. G. (2018). Digital Supply Chain: Literature review and a proposed framework. Computers in Industry. 97, 157-177. ISSN 0166-3615

Grupo Garatu. (Septiembre 2018). INDUSTRIA 4.0 Y SMART FACTORY. (2018). ¿Qué es y qué aporta la Industria 4.0? (Recuperado el 22 de Mayo de 2021). <https://grupogaratu.com/que-es-y-que-aporta-la-industria-4-0/>

INDUSTRIA 4.0 Y SMART FACTORY (2018) ¿Qué es y qué aporta la Industria 4.0? (Recuperado el 22 de Mayo de 20219). <https://grupogaratu.com/que-es-y-que-aporta-la-industria-4-0/>

Londoño Arredondo, S., Mora Gutiérrez, Y. J., & Valencia Cárdenas, M. (2018). Modelos estadísticos sobre la eficacia del marketing digital. *Revista EAN*, (84), 167-186.

Mañe S. (2020, Noviembre). Cómo aplicar el Big Data en el marketing: usos y beneficios. IEBS. <https://www.iebschool.com/blog/como-aplicar-el-big-data/>

Martinez, J.(2015). Prospectiva: 7 grandes avances en tecnología alimentaria. Ainia. <https://www.ainia.es/tecnoalimentalia/tecnologia/prospectiva-7-grandes-avances-en-tecnologia-alimentaria/>

Moreno, H. A. (2020). La expansión de la digitalización tras la pandemia Covid19: virtualidad, vigilancia social e. Debates sobre Innovación, 77. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Matias-Milia/publication/350358521_Editorial_Respuestas_de_Ciencia_Tecnologia_e_Innovacion_a_la_pandemia_de_COVID-

- Pardo C. (2019, Mayo). El reto de invertir en ciencia, tecnología e innovación en Colombia. Portafolio. <https://www.portafolio.co/economia/el-reto-de-invertir-en-ciencia-tecnologia-e-innovacion-en-colombia-529537>
- Romero, J. (2020). *el impacto del COVID-19 en la cadena alimentaria y el suministro de alimentos.* Obtenido d e <http://alaccta.org/wp-content/uploads/2020/04/Apuntesacerca-del-C-19.pdf.pdf>
- Sadiq, F. P.-S.-W.-M.-S. (2020). Factors influencing effective use of big data. Factors influencing effective use of big data_ A research framework
- Schwab, K. (s.f.). *La cuarta revolución industrial .* . Obtenido de [http://40.70.207.114/documentosV2/La%20cuarta%20revolucion%20industrial-Klaus%20Schwab%20\(1\).pdf](http://40.70.207.114/documentosV2/La%20cuarta%20revolucion%20industrial-Klaus%20Schwab%20(1).pdf)
- Semana. (18 de 06 de 2017). Semana.com. Obtenido de Semana.com: <https://www.semana.com/empresas/articulo/big-data-y-analitica-en-las-empresas-de-colombia/246643/>
- Universitat Politècnica de Valè. Departamento de Organización de Empresas de València. <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://riunet.upv.es:443/bitstream/handle/10251/53255/Estrategias+de+innovacion.pdf?sequence%3D1&isAllowed=y>
- Vargas,D. (2016). Viabilidad de instauración de la economía automatizada en la sociedad del trabajo. Pontificia Universidad Javerian. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/21377/VargasValdesDavidSebastian2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>