

Facultad de Ciencias socioeconómicas y empresariales			
Programa de Marketing y Negocios internacionales			
Nombre del Semillero: SEI+MARK			
Grupo de Investigación: GIMA			
Temática o Línea de Investigación: Comportamiento del Consumidor			
Nombre del Director del Proyecto: Cyril Castex			
Identificación: C.E.341.723			
Nivel formación Académica: Maestro en Marketing			
Teléfono: 301.694.52.98			Email cyrilcastex@hotmail.com
Nombre del Proyecto de Investigación: Estudio del comportamiento del consumidor de calzados, productos de cuero y de marroquinería en la ciudad de Bucaramanga			CAMPO DEL SABER: Ciencias sociales
Autores del Proyecto Cyril Castex Walter Pardave	Dirección Carrera 15#67-09	Teléfono 301.694.52.98 310.695.50.69	Email cyrilcastex@hotmail.com walterpardaveuts@gmail.com
Planteamiento y Formulación del problema de Investigación			
Hipótesis:			

El comportamiento del consumidor de productos de cuero, zapatos y marroquinería depende de la variedad de la oferta, de la calidad del producto, de los precios y del servicio al cliente proporcionado. El consumidor es cada vez más exigente en relación con estas variables y acude a las grandes superficies que proponen más variedad y precios competitivos.

¿Qué factores determinan el comportamiento del consumidor de calzados, productos de cuero y de marroquinería en la ciudad de Bucaramanga?

Objetivo General

Estudiar el Comportamiento del consumidor de calzados, productos de cuero y de marroquinería en la ciudad de Bucaramanga

Objetivos Específicos

- Conocer opiniones de expertos sobre el tema del comportamiento de los consumidores de calzados, productos de cuero y de marroquinería
- Conocer las costumbres y los motivos de los consumidores mediante una investigación de mercados descriptiva
- Conocer en profundidad los factores que determinan el consumo de estos tipos de productos
- Analizar los datos y emitir conclusiones y recomendaciones relacionadas
- Escribir un artículo de investigación

Antecedentes:

- Wilfren Alberto Ortega Jaime (2011) - Estructura y dinámica competitiva del sector calzado en Bucaramanga – Revista Nacional de Investigación, Memorias – Volumen 9, numero 15 – Colombia
- Dora Inés Villegas Londoño & Iván Darío Toro Jaramillo (2010) - Las Pymes: una mirada a partir de la experiencia académica del MBA – Revista MBA EAFIT – Colombia
- Manuel Palacio Guerra, Fabiola Villamil Ríos & Juan Carlos Oviedo (2011) – Calzado de cuero colombiano frente a la competencia de la industria china – Ensayo – Colombia
- Mary Andrea Bautista Santos (2009) – Caracterización competitiva de las empresas exportadoras del sector calzado en Bucaramanga y su área metropolitana – Universidad Pontificia Bolivariana, Escuela de Ingeniería y Administración, Facultad de Ingeniería Industrial – Bucaramanga – Colombia
- José Sánchez Gutiérrez, Juan Gaytán Cortes & Guillermo Vásquez Ávila (2010) – Percepción del consumidor hacia estudios de mercadotecnia en la compra de calzado:

el caso de los jóvenes en la zona metropolitana de Guadalajara - Revista Inceptum – Volumen 5, número 8, paginas 203-223 – México

- Jorge Barrientos Marín, David Tobón & Alderid Gutiérrez (2009) – Producción y eficiencia ecostatica: una aplicación de la industria de calzado en Colombia – Revista Lectura de Economía – Numero 70, paginas 165-190 – Medellín – Colombia
- Revista Dinero (2011) - Año 2010 fue positivo para el sector calzado en Colombia

Justificación

En el marco del proyecto “Metodología de formulación y desarrollo de un modelo de gestión en mercadeo estratégico para las microempresas del sector cuero, calzado y marroquinería que posibilite el mejoramiento de la competitividad empresarial que llevara a la satisfacción y a la fidelización de los clientes" es necesario conocer los gustos, hábitos, motivos de consumo y establecer el perfil del mercado meta.

Impacto esperado

- Conocimiento del comportamiento de consumo de los consumidores de productos calzado, cuero y marroquinería
- Es una de las tres variable (junto con la determinación del grado de ejecución de herramientas de marketing de las microempresas del sector y los factores que están limitando el desarrollo de estas mismas) necesarias para elaborar la línea base de las microempresas del sector cuero, calzado y marroquinería de la región de Santander

Marco teórico:

Se recibieron las síntesis pero realmente el marco teórico se hará iniciando la escritura del artículo de investigación

Metodología:

- Revisión de literatura con el objetivo de tener una idea más precisa de la problemática
- Redacción y realización de la encuesta: obtención de informaciones que no se obtuvieron en la revisión de literatura
- Investigación descriptiva porque lo que se pretende es describir el comportamiento de los consumidores
- Análisis y tratamiento de datos: cualitativa, cuantitativa y comparación frecuencias con rangos percentiles. Objetivo: diferenciar lo que se dice y lo que se hace

Avances Realizados:

- Revisión de literatura enfocando la búsqueda a las bases de datos SCIELO y GOOGLE ACADÉMICO y entrega de síntesis
- Planteamiento del problema y planteamiento de la pregunta de investigación
- Objetivo general & objetivos específicos
- Justificación
- Determinación de la muestra que representa la población objetiva
- Determinación de las zona de encuestas: San Francisco, San Miguel, Girardot, Candiles y Ricaurte

Resultados esperados:

- Interpretación de los resultados de la encuesta
- Tratamiento y análisis de datos
- Escritura de un artículo de investigación
- Publicación en revista indexada
- Participación en una ponencia nacional e internacional
- Aportar informaciones al proyecto principal

Cronograma: Ver cuadro Excel anexo

Bibliografía:

- Gloria Isabel Rodríguez Lozano & Mayda Alejandra Calderón Díaz (2015) - La economía informal y el desempleo: el caso de la ciudad de Bucaramanga (Colombia) – Revista Innovar – Numero 25, numero 55 – Colombia
- Viviana Karolina Ortiz & Álvaro Junior Caicedo (2014) - Mezcla óptima de producción desde el enfoque gerencial de la contabilidad del throughput: el caso de una pequeña empresa de calzado – Revista Cuadros de contabilidad – Volumen 37, número 15, paginas 109-103 – Bogotá – Colombia
- Edgar Gálvez Albarracín (2014) - Tecnologías de información y comunicación, e innovación en las MIPYMES de Colombia – Revista Cuadernos de Administración – Volumen 30, número 51, paginas 71-79 – Universidad de Valle - Colombia
- O. Manrique & B. Moya (2013) – Características de las Mipymes del área metropolitana de Bucaramanga a partir de los trabajos realizados en las Universidades locales en el periodo 2000-2010 – Puente Revista Científica – Paginas 87-107 – Universidad Pontificia Bolivariana – Bucaramanga - Colombia
- Sandra Milena Velásquez Restrepo & Jorge Castro Corrales (2013) - Identificación de factores de éxito para el sector cuero, calzado y marroquinería en Colombia, usando

metodología Delphi: análisis estructural y juego de actores – Revista Informador técnico Colombia – Volumen 77, número 2, paginas 136-146 – Colombia

- Tatiana Ariza & Sandra García (2013) - Soluciones a la problemática del sector calzado - Periódico SENA – Bucaramanga – Colombia
- Silvia Juliana Herrera Amado & Mayerly Roció Martínez Peña (2012) – Estructuración de una herramienta para la aplicación del Balanced Scorecard en las fábricas de calzados de Bucaramanga – Universidad Pontificia Bolivariana, Escuela de Ingeniería y Administración, Facultad de Ingeniería Industrial – Bucaramanga – Colombia