

Facultad de Ciencias socioeconómicas y empresariales			
Programa de Marketing y Negocios internacionales			
Nombre del Semillero: SEI+MARK TEC			
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 productos joyeros en la ciudad de Bucaramanga			CAMPO DEL SABER: Ciencias sociales
Autores del Proyecto	Dirección	Teléfono	Email
Liseth Natalia Calderón Plata	Calle 22 #15-38 Los robles Reserva San Jorge Girón	3132118442	nataliac9713@hotmail.com
Zyudith Marcela López Gómez	Carrera 26 No 16-11 Apto 201	3176155708	zyudith18@hotmail.com
Paula Andrea Villamizar López	Carrera 25 No 10B-43 Villas de San Juan	3005283270	ipsa325@gmail.com

Planteamiento y Formulación del problema de Investigación

Hipótesis:

El comportamiento del consumidor de productos joyeros 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 productos joyeros en la ciudad de Bucaramanga

Objetivos Específicos

- Conocer opiniones de expertos sobre el tema del comportamiento de los consumidores de productos joyeros
- 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:

Guiza Ojeda, A., & Rosales Palomino, L. (2006). Factibilidad creación de una empresa de Troqueles para joyería Bucaramanga y su área metropolitana. Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga.

Marín Díaz, B; & Marín Díaz, N. (2010). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y distribuidora en bisutería especializada en rosarios en la ciudad de Bucaramanga. Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga.

Serna Fajardo, J. D. (2010). Plan de negocio para joyería El Brillante dedicada al diseño, producción y comercialización de joyas exclusivas dirigido a consumidores hombres y mujeres de edades entre 20 a 50 años en la ciudad de Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

Vera Rueda, D. (2007). Creación de una empresa de diseño, producción y comercialización de joyas. Universidad Industrial de Santander. Bucaramanga.

Justificación

En el marco del proyecto "Metodología de formulación y desarrollo de un modelo de gestión en mercadeo estratégico para las microempresas del sector joyero 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 joyeros
- 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 joyero de la ciudad de Bucaramanga.

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 o que la complementan
- 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 zonas de encuestas: Comunas Centro (Centro y García Rovira), Cabecera del Llano (Cabecera, Sotomayor, Conucos y Nuevo Sotomayor), Provenza (Provenza y Diamante 2), Oriental (Los Pinos, San Alonso, Antonia Santos, Bolívar y Álvarez) y Concordia (Concordia, Ricaurte, La Ceiba, La Victoria, SanAndresito y Monterredondo)

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/u internacional
- Aportar informaciones al proyecto principal

Cronograma: Ver cuadro Excel anexo

Bibliografía:

Aguilar Villota, C. I. (2011). Diseño de un modelo de costos bajo el sistema de órdenes de producción para la joyería Gemas & Joyas Cristalina de la ciudad de Quito. Escuela Politécnica del Ejército. Sang Olqui.

Amorocho Granados, J. (2013). Diseño de una empresa creadora de joyas hechas en plata en la ciudad de Bucaramanga, generando fuentes de empleo a madres cabeza de hogar. Universidad Pontificia Bolivariana. Floridablanca.

Cortez Segura, J. A. (2013). Plan de negocios para la creación de una empresa de outsourcing en fabricación de joyería. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima

Díaz, A. S. R., Aguilar, D. H., Blandón, J. D. S. L., & Herrera, B. C. (2014). Competitividad entre joyerías y tiendas de bisutería fina legalmente constituidas, 2013. Revista científica FAREM-Estelí. 35-44.

Díaz Granados Reina, S., & González Molina, S. (2011). Cartagena de Indias: Diagnostico de la Ciudad Amurallada, base para una propuesta de conversión en un gran centro comercial abierto Subsector bares y discotecas. Doctoral dissertation. Universidad de Cartagena.

Duarte Rueda, M. L., & Orostegui Pinilla, L. C. (2014). Plan de Negocio: Importadora y Comercializadora de Bisutería Vanguardista en Bucaramanga. Doctoral dissertation. Universidad de la Sabana. Chía.

García Villamil, A., & Arcila Real, O. L. (2013). Plan de negocio y de marketing para comercializar joyas y accesorios aplicando el concepto de moda y marca (Doctoral dissertation). Universidad de Sabana. Bogotá

Pabón Machuca, M; Pino Díaz, G; & Rueda, C. (2011). Estudio de competitividad y plan de acción de la aglomeración de joyería en el departamento de Santander. Comisión regional de competitividad. Bucaramanga.

Sarmiento Combariza, E. (2012). Polvo de Oro. Colegio de Estudios Superiores de Administración. Bogotá.

Velez Gaviria, M. (2014). Diseño de un plan de direccionamiento estratégico 2013-2017 para la empresa Vélez joyeros ubicada en la ciudad de Tuluá. Universidad de San Buenaventura de Cali. Cali

Yelo Sánchez, S. (2014). Proyección de la tecnología en la joyería. Escuela Politécnica de Catalunya. Barcelona.