Facultad: Ciencias socioeconómicas y empresariales	
Programa Académico: Tecnología en mercadeo y gestión comercial	
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: Magister en Marketing	
Teléfono: 301.694.52.98	Email: cgerard@correo.uts.edu.co
Nombre del Proyecto de Investigación: Estudio de aceptación de un Café Colombo-Francés en la ciudad de Bucaramanga, año 2019	CAMPO DEL SABER: Ciencias sociales

Autores del Proyecto	Dirección	Teléfono	Email
Liliam Balentina Barrera Millán	Carrera 21ª#117ª-10	3142562430	liliammillan8@gmail.com
Laura Julieth Chinchilla Forero	Calle 63ª#1-76	3046453673	laurachinchilla14@gmail.com
Laura Julieth Jaimes Páez	Carrera 12#7-31	3005770115	paopaito123@hotmail.com

Planteamiento y Formulación del problema de Investigación

Oportunidades	Amenaza
Ser pionero, entrar primero en la mente del consumidor.	Que el concepto no tenga aceptación
Beneficiar de un monopolio temporal.	
Beneficiar de una ventaja competitiva mediante diferenciación.	

Pregunta de investigación

¿Cuáles variables y apreciaciones de los consumidores potenciales permitirán determinar la existencia de una demanda latente y el grado de aceptación para la creación de un Café Colombo-Francés, en la ciudad de Bucaramanga, año 2019?

Objetivo General

Estudiar el grado de aceptación de un Café Colombo-Francesa en la ciudad de Bucaramanga, año 2019

Objetivos Específicos

- Conocer las opiniones de los clientes potenciales mediante una investigación de mercados exploratoria y descriptiva ⟶Encuesta

- Dar a conocer el concepto a los encuestados → Encabezado de la encuesta
- Tomar una decisión → Estudio de aceptación

Antecedentes y análisis situacional

Empresa y sector

Actividad de la empresa: Cafetería Colombo-Francesa

Mercado y cliente

- Distribución geográfica del Mercado: Bucaramanga
- Tipo de cliente

- Género: Ambos
- Edad: 15-49 → 286.946
- Estrato: 3-6 → 114.778

Organización comercial

- Canales de distribución: Mayorista, Detallista, Cliente final
- Posicionamiento: Especialista
- Competencia

- Directa: Juan Valdez, Gualilo, OMA
- Competencia indirecta

Todo negocio que ofrece servicios de snack, bebidas calientes y frías.

Justificación

Se realiza este estudio porque se emite la hipótesis que existe una demanda latente, un espacio de mercado en Bucaramanga para la creación de un Café Colombo-Francés.

Impacto esperado

Aceptación de los consumidores potenciales y creación de un Café Colombo-Francés en Bucaramanga.

Metodología

El estado del arte se complementó con una investigación de mercados cuyo objetivo era obtener información adicional a la que se encontró en la revisión de literatura. Igualmente su objetivo es

confirmar o destacar las tendencias encontradas. La investigación que se realizó fue de tipo descriptiva con el fin de conocer el grado de aceptación de un Café Colombo-Francesa en la ciudad de Bucaramanga, año 2019

Determinación de la muestra

El estudio se realizó a nivel de la ciudad de Bucaramanga, cuyo número de habitantes es de 525.055 en 2019. Se aplicó una fórmula de muestra infinita con margen de error del 4% e intervalo de confianza del 94%, lo que dio como resultado una muestra de 625 personas. Se realizaron 625 encuestas.

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
- Realización de 625 encuestas

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

Nº	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	Responsable	Periodicidad	FEB		MAR		ABR			MAY			
1	18 de febrero (Virtual): Presentación tema del semestre: Estudio de aceptación de un Café Colombo-Francés en la ciudad de Bucaramanga, año 2019. Explicación de la metodología de trabajo que consiste en realizar las encuestas a los consumidores de artículos de moda infantil. Para el 28 de febrero, se debe revisar la encuesta entregada por el docente y validarla o sugerir modificaciones.	Cyril Castex	Reunión semanal o bi-semanal según las actividades a desarrollar											
2	28 de febrero (Virtual): Validación de la versión definitiva de la encuesta y entrega de instrucciones. Para el 11 de abril, se debe terminar la realización de las encuestas.	Cyril Castex	Reunión semanal o bi-semanal según las actividades a desarrollar											
3	28 de febrero-11 de abril (Virtual): Realización de las encuestas. Entrega de los resultados tabulados de la encuesta. Realización de un taller con el objetivo de sacar gráficos para cada pregunta, tablas de comparación de frecuencias y cuartiles y análisis cuantitativa y cualitativa para cada pregunta. Para el 22 de abril, se debe terminar los análisis cuantitativos y cualitativos y enviarlos vía correo electrónico para validación	Cyril Castex	Reunión semanal o bi-semanal según las actividades a desarrollar											
4	22 de abril (Virtual): Entrega del análisis cuantitativo y cualitativo. Para el 2 de mayo, se debe entregar un borrador del artículo realizado con base en datos anteriores	Cyril Castex	Reunión semanal o bi-semanal según las actividades a desarrollar											
5	02-15 de mayo (Virtual): Elaboración del artículo de investigación final	Cyril Castex	Reunión semanal o bi-semanal según las actividades a desarrollar											

Bibliografía

Estrada Estrada, S., & López Machado, D. (2016). Plan de negocio para una empresa dedicada a la comercialización de productos en un Café Bar (Doctoral dissertation, Universidad EIA).

Guevara Guizado, X. A. (2016). Sondeo sobre las expectativas del visitante extranjero sobre el distrito de Barranco como oferta turística.

Quezada Nieto, K. A. (2016). Estudio de factibilidad para la creación de un café bar temático rústico en el barrio las Peñas del cantón Guayaquil, provincia del Guayas.

Sepulveda Daza, S. P. Análisis de la sobreoferta en hoteles de lujo en Bogotá: zona calle 72 y zona calle 85.

Astudillo Guerrero, L. A., & De La Cuesta, J. (2015). Ingreso al mercado colombiano de compañías internacionales del sector alimentos Starbucks Vs Juan Valdez.