

# PROPUESTA MARCA SECTORIAL PARA EL SECTOR CALZADO EN SANTANDER COMO ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

Claudia Liliana Castillo Marín  
ID: U00101072

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
BUCARAMANGA 2021



**unab**

Universidad Autónoma de Bucaramanga

de puertas abiertas

VIGILADA MINEDUCACIÓN

*El clúster del calzado en Santander cuenta con **1.577 empresas**, con una participación del **32.8%** del total de empresas del sector en Colombia, el 60% son microempresas, el 30% son empresas pequeñas y el 10% pertenece a empresas medianas. Esta industria actualmente representa el 1% de la producción nacional y genera el 2.9% de empleo en la industria nacional.*

*El calzado hecho en Santander goza de un gran posicionamiento a nivel nacional ya que es conocido por su calidad y precio. Santander, ocupa el segundo lugar después de Bogotá, con una generación de **más de 20.mil empleos** directos e indirectos, lo que indica la importancia del sector como generador de empleo en la región (Cámara de Comercio, 2018)*

# PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN



# JUSTIFICACIÓN

Las marcas *sectoriales* han tenido un auge importante en los últimos años como un dispositivo transmisor de identidades. Precisamente esta estrategia de posicionamiento las marcas han venido generando un aporte significativo al crecimiento y desarrollo en su aplicación. La eficiente aplicación de una marca sectorial enfocada principalmente en el sector calzado de Santander, puede convertirse en el motor que permita aumentar el consumo del calzado hecho en Santander y por ende reactivar el comercio brindándole al sector ventajas competitivas a nivel nacional e internacional.

Además, darle un sello de identidad al sector calzado que le permita posicionarse y tener mayor visibilidad como oferente de un producto hecho a mano, de alta calidad y con atributos importantes en diseño, de esta manera ampliar tanto el mercado interno como el externo.

# OBJETIVO GENERAL

Proponer *Marca Sectorial* para el sector calzado en Santander, como estrategia de posicionamiento a nivel nacional e internacional

# OBJETIVOS ESPECIFICOS

Realizar estudio de opinión con el fin de conocer la percepción e importancia de una marca sectorial para el sector calzado en Santander.



Exponer la propuesta de marca sectorial para el sector calzado en Santander



Diseñar estrategias de promoción de la marca propuesta, a nivel nacional e internacional.

# MARCO TEÓRICO

- Las marcas sectoriales permiten mostrar las características y atributos de un sector productivo. Son una herramienta de posicionamiento a nivel nacional e internacional de un sector específico en el mercado. Además, logra darle un reconocimiento importante a los productos que ofrece el sector (Ancin, 2018)
- Debido a la dinámica competitiva en los diferentes sectores económicos surge una estrategia de marketing enfocada a los mercados/sectores. El cual se basa en el estudio de las acciones desarrolladas por empresas propias de un sector enfocadas a un consumidor específico. Este tipo de marketing se enfoca en las características concretas que posee un sector, un público, una demanda propia de sus productos y servicios (Camino, 2014).

# CONCEPTUAL

**Marca:** Según la Real Academia, la marca es “señal hecha en una persona, animal o cosa, para distinguirla de otra o denotar calidad o pertenencia” Por otro lado, la marca se define como un nombre o un símbolo relacionado a atributos tangibles y emocionales, que permite identificar los productos o servicios de una empresa y poder diferenciarlos de la competencia (Ballesteros , 2016).

**Marca Sectorial:** Es una marca que reúne un conjunto de atributos conceptuales y gráficos que conducen al posicionamiento de un determinado sector productivo, tanto a nivel nacional como internacional. Esta marca, permite identificar un producto que pertenece a un sector o industria específica, donde los fabricantes comparten los mismos intereses. Los principales beneficios de una marca sectorial, está la penetración de nuevos mercados, genera un estatus al país y al sector que esta representa, facilita la asociatividad de un sector encaminado en una misma visión y abre un escenario amplio para comercializar los productos de un sector en el mercado (Aravena Ortiz, 2009) .



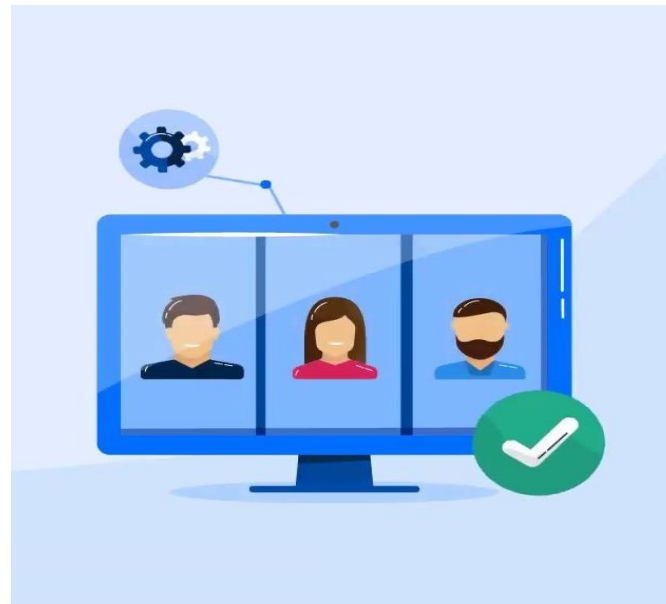
# METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

La propuesta de marca para el sector calzado en Santander como estrategia de posicionamiento es una investigación *cualitativa descriptiva*. De acuerdo a (Sampieri Hernández, 2014) , este método de investigación se enfoca en comprender los fenómenos explorándolos desde una perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. El proceso cualitativo inicia con una idea de investigación.

# RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

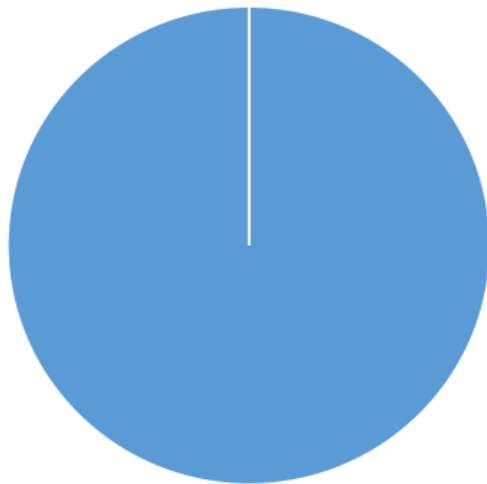
**OBJETIVO 1.** ESTUDIO DE OPINION PARA CONOCER EL INTERES Y LA PERCEPCION DE UNA MARCA SECTORIAL PARA EL SECTOR CALZADO EN SANTANDER

**FOCUS GROUP**



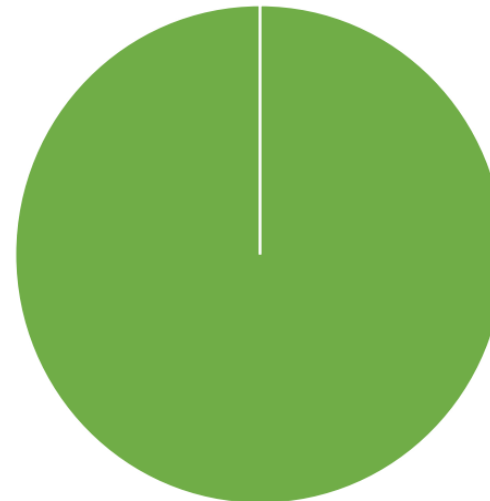
## ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Percepción de una marca sectorial



■ POSITIVA ■ NEGATIVA

Percepción de la marca



■ POSITIVA ■ NEGATIVA

## ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Denominación de la marca

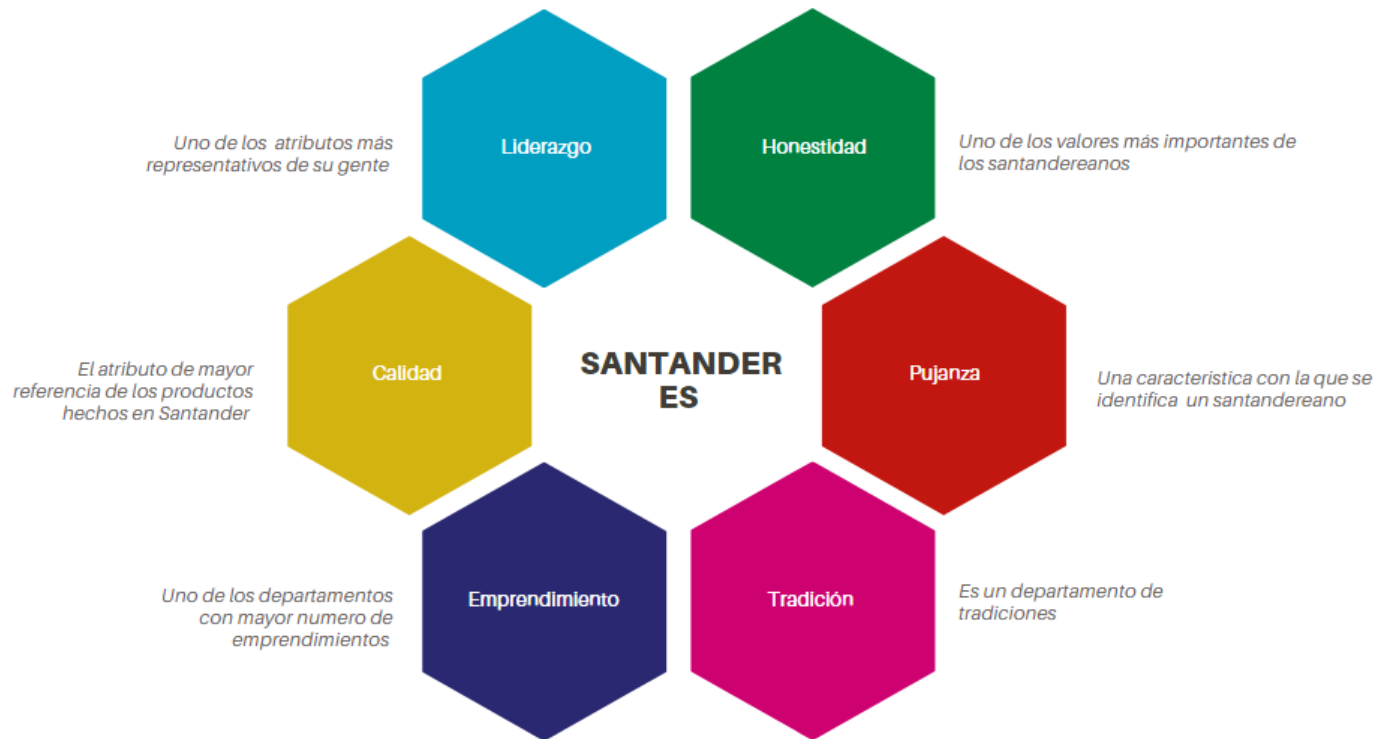


Representación gráfica del logo símbolo



# RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

## OBJETIVO 2. PROPUESTA MARCA SECTORIAL PARA EL SECTOR CALZADO EN SANTANDER



# Santander Quality Footwear



## Símbolos



## PROPÓSITO DE LA MARCA



# RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

**OBJETIVO 3.** DISEÑAR ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

**VIDEO PROMOCIONAL**





## TARJETA DE PRESENTACIÓN



**Carlos Andrés Torres**  
Director General

Calle 00 No. 00-00  
San Francisco  
Tel: +(57) (7) 6000000  
Bucaramanga - Colombia

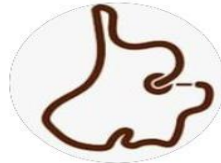
## POSTER PROMOCIONAL



# FACEBOOK



# INSTAGRAM BUSINESS



**3** Publicaci...  
**23** Seguidor...  
**1** Seguidos

**Santander Quality Footwear**

Producto/servicio

Un sello de calidad del calzado hecho en Santander



Bucaramanga, Santander

Editar perfil

Promocion...

Estadísticas

Contacto



## PÁGINA WEB

[https://ccastillo7.jimdofree.com/sector-calzado/?preview\\_sid=707655](https://ccastillo7.jimdofree.com/sector-calzado/?preview_sid=707655)

## ALIANZAS ESTRATÉGICAS

# IFLS+EICI

FERIA DEL CUERO, CALZADO, MARROQUINERÍA, INSUMOS Y TECNOLOGÍA



## PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



[www.compralonuestro.co](http://www.compralonuestro.co)



# CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Del resultado de este proyecto de investigación se puede concluir que:

- El estudio de opinión realizado a través del Focus Group, y las encuestas, son una herramienta importante que permitió conocer la opinión de expertos para el desarrollo del diseño de la marca.
- De acuerdo a los resultados del estudio de opinión se obtuvo información muy importante que permitió tener claro el concepto y propósito de la marca que se buscaba desarrollar.
- La marca Santander Quality Footwear es un sello de identidad para las empresas del sector calzado en Santander. Lo que les permitirá a las empresas obtener un aumento en las ventas de sus productos a nivel regional, nacional e internacional, gracias al sello de calidad que las identifica, generándoles un mayor nivel de competitividad en el mercado.
- Por otro lado, es una estrategia de promoción para el sector calzado, que con su ejecución le aportara grandes beneficios al sector, tanto en ventas como empleo y crecimiento económico para la región.
- Las herramientas gráficas y digitales permiten visibilizar la marca generando un alcance importante en el mercado.
- El uso de las plataformas digitales les permitirá a las empresas del sector mostrar sus productos, aumentar sus ventas, llegar a un mayor número de consumidores, facilitándoles la interacción con los mismos.

# RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- Se recomienda realizar otros estudios donde se tenga en cuenta la opinión de los empresarios del sector de esta manera tener un fundamento más estable y claro de las situaciones de las empresas para que se puedan asociar a la marca.
- Por otro lado, es importante seguir realizando los focus group y encuestas en busca de una mejora continua de la marca y el desarrollo de estrategias para la promoción de la misma.
- Para el uso de la marca se recomienda realizar la adquisición del registro marcario y la propiedad intelectual de la marca, en términos legales y jurídicos ante la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Se sugiere que el uso de la marca sea exclusivo para los empresarios del sector calzado que cumplan con altos estándares de calidad en sus procesos de fabricación para garantizar y proteger este atributo de simboliza la marca.
- Se sugiere llevar a cabo la promoción de la marca apoyado en el uso de las redes sociales, página web y demás plataformas digitales.
- Se recomienda realizar las alianzas estratégicas con las entidades mencionadas para promover la marca propuesta.



# INFORME DE GESTIÓN

Funciones	Acciones específicas desarrolladas	Tiempo de ejecución	Recursos empleados	Impactos
Recepción de documentos y gestión de base de datos	<ul style="list-style-type: none"><li>- Recibir los documentos de los empresarios de todas las seccionales de ACICAM</li><li>- Revisar los documentos</li><li>- Enviar los documentos ya verificados al equipo de Corferias</li><li>- Llevar el control de la base de datos de los empresarios inscritos a la feria</li></ul>	4 meses	Computador	<ul style="list-style-type: none"><li>- Apoyar el proceso administrativo del departamento de la feria IFLS + EICI</li></ul>

# INFORME DE GESTION

Funciones	Acciones específicas desarrolladas	Tiempo de ejecución	Recursos empleados	Impactos
Asesoría a empresarios de la seccional Bogotá	<ul style="list-style-type: none"><li>- Realizar llamada a los empresarios para informarles de la feria</li><li>- Explicar el pasos a paso de la feria virtual</li><li>- Explicar el diligenciamiento de documentos</li></ul>	4 meses	Celular y computador	-los empresarios tuvieron acompañamiento en los procesos de la feria

## LOGROS ALCANZADOS

Objetivos y logros alcanzados	Medida en que se cumplió	Justificación
Adaptación a la empresa	Rápido	Logré adaptarme al ritmo de trabajo de la empresa
Cumplimiento de tareas	A tiempo	Cumplí a tiempo con las tareas asignadas por parte del equipo de trabajo en ACICAM
Relación con los clientes	Excelente	Tuve la oportunidad de atender a los requerimientos e inquietudes de los clientes de ACICAM, cuando lo requerían
Relaciones laborales	Excelente	Mi relación con el grupo de trabajo de ACICAM y mis compañeros de prácticas fue satisfactoria.

# Impactos percibidos por el estudiante.

**Académico: SATISFACTORIO**

**Laboral: SATISFACTORIO**

## Limitaciones

No logramos tener la experiencia de realizar la gestión de la feria IFLS + EICI de manera presencial

## CONCLUSIONES DE LA PRÁCTICA

A nivel general práctica empresarial como opción de grado es una experiencia que permitió fortalecer y profundizar el conocimiento obtenido durante la carrera.

## RECOMENDACIONES DE LA PRÁCTICA

Considero que este convenio entre la UNAB y ACICAM es muy enriquecedor y permite tener un contacto directo con el sector real.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

[https://www.esic.edu/editorial/editorial\\_producto.php?t=Marketing+sectorial.+Principios+y+apli](https://www.esic.edu/editorial/editorial_producto.php?t=Marketing+sectorial.+Principios+y+apli)

<https://acicam.org/wp-content/uploads/2018/08/Plan-de-Negocios.pdf>

[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/81004/1/echavarria\\_sector\\_calzado\\_2016.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/81004/1/echavarria_sector_calzado_2016.pdf)

[https://www.eltiempo.com/Multimedia/especiales/contrabando/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_MULTIMEDIA-13660575.html](https://www.eltiempo.com/Multimedia/especiales/contrabando/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_MULTIMEDIA-13660575.html)

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/04/marcas-sectoriales.html>

[https://www.esic.edu/editorial/editorial\\_producto.php?t=Marketing+sectorial.+Principios+y+aplicaciones&isbn=9788473568708](https://www.esic.edu/editorial/editorial_producto.php?t=Marketing+sectorial.+Principios+y+aplicaciones&isbn=9788473568708)

<https://www.rae.es/drae2001/marca>

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/112449/Seminario%20de%20t%c3%adtulo%20Imagen%20pais%20CHILE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://www.facebook.com/magicgroundagencia/>

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48119127/Marketing\\_Experiencial.pdf?1471441218=&](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/48119127/Marketing_Experiencial.pdf?1471441218=&)

# GRACIAS



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

*de puertas abiertas*

VIGILADA MINEDUCACIÓN