

Segmentados

— Boletín Investigativo —

UDES SWARTS

Un hechizo inevitable



Universidad de Santander
Personería Jur. 810 de 12/03/96 Min. Educación UDES
VIGILADA MINEDUCACIÓN





BOLETIN INFORMATIVO

★ Un hechizo inevitable ★

Mayo del 2024

Vol. 10 Is. 22 No 2



No apto para tyuggles

Rectora Universidad de Santander UDES Cúcuta
Carmen Elisa Araque Pérez

UDESWARTS

¿Qué es el boletín Informativo?

Segmentados, es un boletín realizado por los estudiantes de Mercadeo & Publicidad de diferentes semestres. Contiene información sobre los acontecimientos que surgen en la carrera, como el desarrollo de la investigación realizada por el grupo de semilleros del programa.

Este boletín profundiza en los trabajos investigativos realizados por docentes y estudiantes de la carrera, llevando más allá del aula todos los conocimientos adquiridos, para aplicarlos en acontecimientos reales. Consolidando así al programa de una forma más fuerte, dando una muestra y ejemplo a la región de las capacidades de los estudiantes UDES, frente a empresarios y de entidades de investigación.



Coordinadora Mercadeo y Publicidad
Ing. Anyanda Becerra

Directora del boletín
Edna Margarita Malagon Arenas

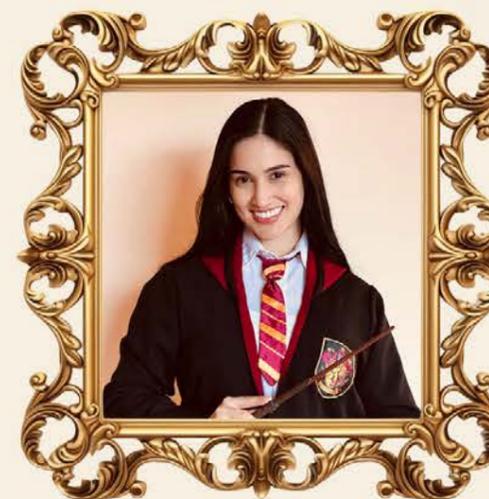
MATERIAL INTERNO



Yoselin Potter



Camila Grenger



Lorena Weasley



Pedro Finnigan



Jeyson Creevey



Nayith Dunbar



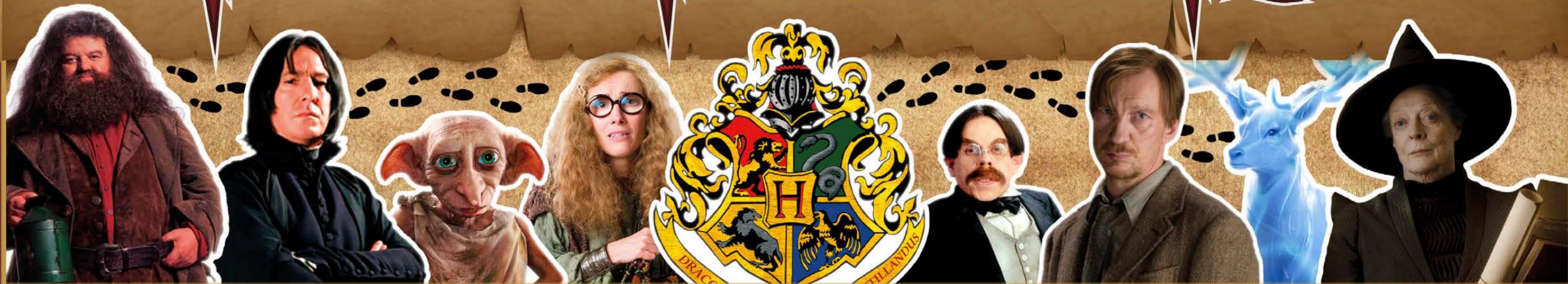
Diego Longbottom

y diseño de páginas

Los apellidos han sido adaptados al concepto del boletín.



DOCENTES INVESTIGADORES



Jaime Pabon



¿Qué lo motivó a dedicarse a la enseñanza en el campo del Mercadeo y Publicidad ?

Creo que vamos a ver una evolución enorme en este campo, con más datos y tecnología en juego, el juego va a cambiar. Mi objetivo es preparar a mis estudiantes para que estén listos para esa revolución. Quiero que salgan de aquí siendo profesionales éticos, innovadores y con una visión global. Así que espero que mi trabajo los prepare para eso.

¿Qué lo motivó a dedicarse a la enseñanza en el campo del Mercadeo y Publicidad ?

Mi pasión por el Mercadeo y la Publicidad siempre me acompaña . Desde el inicio de mi carrera, encontré un profundo placer en compartir conocimientos y experiencias con otros. La oportunidad de inspirar y guiar a la próxima generación de profesionales en este campo me impulsó a dedicar parte de mi tiempo a la enseñanza. Creo firmemente en el poder transformador de la educación y en la importancia de formar individuos preparados para enfrentar los desafíos del mundo actual.

¿De qué manera específica ha notado que la participación en semilleros de investigación beneficia a los estudiantes en términos de desarrollo de habilidades y preparación para el mercado ?

La participación en semilleros de investigación ofrece a los estudiantes una plataforma para aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el aula a situaciones reales. Esto fomenta el desarrollo de habilidades como el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la colaboración en equipo, aspectos fundamentales en el mercado laboral y actual. Además, les brinda la oportunidad de explorar nuevas tendencias y tecnologías emergentes, preparándolos para ser profesionales innovadores y adaptables.

¿Cuáles son los próximos pasos o áreas de investigación que le gustaría explorar en el futuro en el campo del Mercadeo y la Publicidad y por qué?

Me encantaría meterme más en cómo la inteligencia artificial y el análisis de datos van a influir en las estrategias de Mercadeo y Publicidad. Creo que entender eso va a ser clave para el éxito futuro de las campañas. También me interesa mucho el tema de cómo contar historias va a afectar a las marcas y a la conexión emocional con los consumidores.

¿Qué consejos daría a aquellos estudiantes que aspiran a convertirse en profesores universitarios en el campo de Mercadeo y Publicidad?

Les diría que se diviertan con esto, a mi me divierte mucho y me gustaría que fuera igual para todos mis Estudiantes, Que se apasionen de verdad por enseñar y aprender. Que estén siempre al tanto de lo último en el campo y que busquen oportunidades para colaborar con otros y seguir creciendo. Y que desarrollen sus habilidades de comunicación y liderazgo, que son súper importantes.

¿Cómo le gustaría ser recordado por sus estudiantes y colegas en términos de su contribución al campo de Mercadeo y la Publicidad?

Me encantaría que me recordaran como ese profe que se entregó de verdad. Que los motivó a pensar de manera creativa y a ir más allá. Quiero que vean que mi contribución fue dejar un legado de integridad, ética y excelencia en este campo que tanto amamos.





“Lean mucho, pero leer inteligentemente, no es comer libro, es por lo menos media hora al día hacer una actualización de su área, de su disciplina, esto hara la diferencia.”

Patricia Yanez



¿Qué la motivó a dedicarse a la enseñanza en el campo del mercadeo y publicidad ?

Fue una oportunidad que me dio mi jefe en La Opinión, quien era profesor en el área de diseño gráfico y vio en mí habilidades para explicar y enseñar a los aprendices del Sena y practicantes. Y luego, estando en esta labor decidí dedicarme al cien por ciento a la Docencia, ya que me ha permitido compartir básicamente mi experiencia unido a las bases teóricas y conceptos de la disciplina, de la cual también soy Profesional.

¿De qué manera específica ha notado que la participación en seminarios de investigación beneficia a los estudiantes en términos de desarrollo de habilidades y preparación para el mercado ?

Ayuda muchísimo a los estudiantes en desarrollar habilidades de redacción, expresión y comunicación, así como en la organización, liderazgo y trabajo en equipo. Esto aparte de ayudarles a entender el proceso y elaboración de proyectos de investigación, el cual es la base del Mercadeo y la Publicidad, permitiendo tener un pensamiento crítico, analítico y creativo.

¿Cómo va actualmente la investigación de violencia sexual y física ? ¿ Y que papel estás haciendo en esta investigación?

La investigación en general es sobre trata de personas, específicamente mujeres que han sido víctimas de violencia de género. Yo soy Coinvestigadora, es decir, que trabajo en equipo con la profesora Olga Lucía y estamos trabajando en la obtención de los relatos de 12 mujeres de la Fundación Frida Kahlo, para luego realizar un proceso creativo para llegar a una serie de fotografías conceptuales sobre este mismo tema y poder contribuir en la concienciación de esta problemática. Lo estamos haciendo de manera positiva, mostrando la resiliencia y el empoderamiento de estas mujeres que tomaron la decisión de contar su historia para que otras personas puedan superar estas dificultades.

¿Cuál es su visión para el futuro del campo del Mercadeo y la Publicidad en términos de investigación y práctica profesional y cómo espera que su trabajo contribuya a esa visión?

Es un campo que siempre tiene futuro, todas las empresas en general necesitan de manera estratégica dar a conocer lo que hacen, pero para hacer eso, la investigación va a ser la base de todo lo que se haga en Mercadeo y Publicidad.

Reconozco que para algunos estudiantes aprender hacer investigación sea tedioso, pero solo es el proceso de aprendizaje, en la práctica profesional van a realizar estos procesos de investigación pero ya con más agilidad y con objetivos más claros, por lo que van a sentir que será diferente.

¿Qué consejos daría a aquellos estudiantes que aspiran a convertirse en profesores universitarios en el campo de Mercadeo y Publicidad?

Lean mucho, pero leer inteligentemente, no es comer libro, es por lo menos media hora al día hacer una actualización de su área, de su disciplina, esto va cambiando muy rápido. Y aprovechen ahora las nuevas tecnologías para escuchar temas de interés, escuchar podcast, usar las redes sociales para ver qué hacen las marcas, ser críticos y analíticos, no repliquen porque los demás lo dicen o lo hacen.

Sigan a mercadólogos y publicistas contemporáneos, como Kotler, que sigue vivo y sigue publicando libros, Seth Godín, Neil Patel en el marketing digital, etc



¿Qué la motivó a dedicarse a la enseñanza en el campo del mercadeo y publicidad?

El principal componente que me llevó a enseñar Mercadeo y Publicidad es la creatividad, desde este concepto es increíble el poder lograr que las marcas se comuniquen de forma efectiva y que lleguen a la audiencia adecuada.

¿De qué manera específica ha notado que la participación en semilleros de investigación beneficia a los estudiantes en términos de desarrollo de habilidades y preparación para el mercado?

La participación de los estudiantes en los diferentes semilleros del programa es muy importante porque ayuda a desmitificar la investigación. Muchos estudiantes llegan con la idea de que la investigación es difícil y temible, algo que han aprendido desde la escuela y la Universidad. Los semilleros de investigación permiten que los estudiantes se familiaricen con el proceso investigativo de una manera natural. Además, estos encuentros les permiten interactuar con personas de diferentes áreas y ver la utilidad práctica de sus estudios y formación.

¿Cómo va actualmente la investigación de violencia sexual y física? ¿Y que papel estás haciendo en esta investigación?

En el programa de Mercadeo y Publicidad, estamos trabajando intensamente en temas de violencia basada en género. La profesora Patricia y yo estamos desarrollando un proyecto interno sobre mujeres víctimas de violencia de género y trata de personas. Los resultados han sido impresionantes, encontrando espacios para la reflexión y historias que nos han hecho reconsiderar nuestra forma de interactuar con otras mujeres. Además, es muy importante que los estudiantes del semillero participen en estas investigaciones, ya que les ofrece una nueva perspectiva y les permite proponer estrategias para abordar estos problemas sociales, convirtiéndose en agentes de cambio y generando un impacto social positivo.

¿Qué consejos daría a aquellos estudiantes que aspiran a convertirse en profesores universitarios en el campo de Mercadeo y Publicidad?

Tener pasión por la enseñanza Paciencia es una característica y cualidad necesaria tras entender las diferencias de aprendizaje de cada ser humano y desde allí forjar un conocimiento seguro, efectivo y sobre todo amar lo que están haciendo.

¿Cuáles son los próximos pasos o áreas de investigación que le gustaría explorar en el futuro en el campo del Mercadeo y la Publicidad, y por qué?

Me gustaría desarrollar un proyecto que motive y que inspire a mis estudiantes a escribir a desarrollar su creatividad. Creo que hay muchas muchas áreas o muchos aspectos por explorar y que estoy segura que desde allí mis estudiantes pueden aportar su granito de arena a la sociedad.

¿Cómo le gustaría ser recordada por sus estudiantes y colegas en términos de su contribución al campo de Mercadeo y la Publicidad?

Excelencia ese es uno de los temas que siempre me ha gustado trabajar, desarrollar excelencia y sobretodo entrega cuando tú tienes estas dos cosas como ingredientes dentro del desarrollo de tu vida personal, profesional y otras áreas puedes alcanzar lo que te propongas.

"En todo lo que estresa que no pase por tu cabeza afróntalo con inteligencia"

Olga Hernández



¿Qué lo motivó a dedicarse a la enseñanza en el campo del Mercadeo y Publicidad?

Tengo mas de 30 años formando profesionales de las Ciencias Humanas, sobre la base del compromiso y disciplina.

¿Cómo le gustaría ser recordado por sus estudiantes y colegas en términos de su contribución al campo de Mercadeo y la Publicidad?

Modesto: comprometido y riguroso con el proceso de enseñanza y aprendizaje.

¿De qué manera específica ha notado que la participación en sethilletos de investigación beneficia a los estudiantes en términos de desarrollo de habilidades y preparación para el mercado?

Los beneficios son múltiples, una de las funciones medulares de la educación superior, es la investigación, además de participar como joven investigador en la convocatoria del Ministerio de Ciencia y Tecnología, además, de participar en eventos científicos nacionales e internacionales.

¿Como va actualmente la investigación de violencia sexual y física? ¿Y que papel estás haciendo en esta investigación?

En la actualidad estamos en la fase de crear la fotografía conceptual.

¿Cuáles son los próximos pasos o áreas de investigación que le gustaría explorar en el futuro en el campo del mercadeo y la publicidad, y por qué?

Formular un Programa de Investigación de Marca Comunitaria.

Modesto Graterol



¿Cuál es su visión para el futuro en el campo del Mercadeo y la Publicidad en términos de investigación y práctica profesional, y cómo espera que su trabajo contribuya a esa visión?

La investigación será el soporte del Mercadeo y Publicidad del futuro, sino vamos ciegos.



SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN



SEMILLEROS

EXPLORADORES

Viene trabajando desde hace un poco más de 10 años y el objetivo en estos momentos es desarrollar **actividades formativas e investigativas con estudiantes** del programa, a través de acciones estratégicas que motiven y estimulen a la investigación para profundizar en temas afines con el marketing y la publicidad en ambientes sostenibles.



PROYECTOS Y PONENCIAS

Este semestre se participaron con dos proyectos: Jhon Montañez con el proyecto "GUÍA DE COMUNICACIÓN QUE PROMOCIONE LA EJECUCIÓN DE EVENTOS AMBIENTALES EN EL COLEGIO ORIENTAL NO. 26", e Isabella Grazziani y Juan Camilo Franco presentaron el proyecto "ESTRATEGIAS PROMOCIONALES PARA

FOMENTAR LA MODA EN EL USO DE PRENDAS CON MATERIA PRIMA RECICLADA EN LA CIUDAD DE CÚCUTA". El primer evento en el que se participó fue el Encuentro institucional de Semilleros de investigación, realizado en abril en la Udes Cúcuta y lograron puntajes de 92 y 95 puntos sobre 100, respectivamente. Por este último puntaje, la oficina de Investigación de la Universidad les entregó a los dos estudiantes una certificación meritosa. Esto les dio la oportunidad a los tres estudiantes de presentarse en el Encuentro Departamental de Semilleros RedColsi Nodo Norte de Santander. En este último evento a la fecha no hemos tenido resultados, pero en forma general les fue bien, por lo que hay una alta posibilidad de pasar al Encuentro nacional a realizarse en la ciudad de Barranquilla en el mes de octubre.

QUE EVENTOS SE HAN REALIZADO?

Como tal no hemos realizado eventos, pero dentro de las actividades proyectadas para este semestre se logró un conversatorio sobre productos sostenibles con la graduada Brenda Díaz, quien tiene el emprendimiento Bicheway en el que hace jabones ecológicos con propósito y realiza también turismo sostenible por el departamento. También estuvimos de visita en la empresa Colombian Gymwear y en el Colegio Oriental 26, con el fin de fortalecer los proyectos mencionados anteriormente.



¿QUÉ SE VIENE - PARA EL - SEMILLERO?

Se continuará trabajando con la culminación de los dos proyectos mencionados y con nuevas propuestas de investigación, en donde queremos trabajar en conjunto con el Semillero Productivos en un proyecto de marca comunitaria relacionada al café en el departamento en un formato de investigación.



¿CÓMO PUEDEN HACER

PARTE DEL SEMILLERO?

Para ser parte del Semillero Exploradores **solo se necesita ser estudiante** del programa y tener la disponibilidad de una hora a la semana para participar de los procesos formativos, charlas, y propuestas de investigación. Deben estar atentos a los llamados o convocatorias

cada inicio de semestre, este es un espacio que complementa el proceso académico, fortalece habilidades como el liderazgo, la redacción, la comunicación y fomenta el trabajo en equipo y la curiosidad, que son importantes para todo profesional en Mercadeo y Publicidad.





CUAL ES LA LINEA DE INVESTIGACIÓN DEL SEMILLERO?

Realizar investigaciones en el sector público y privado con los estudiantes del programa.

¿PROYECTOS Y PONENCIAS?

PONENCIAS planes estratégicos económicos en Ecopetrol y montería.

5 PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Crear fotografía conceptual sobre la base de los imaginarios sociales de la violencia basada en genero (física intrafamiliar sexual, sirver bulling y trata de personas).

¿QUÉ EVENTOS SE HAN REALIZADO?

En nuestra trayectoria tuvimos 3 encuentros internacional de investigaciones estudiantiles.

SEMILLEROS PRODUCTIVOS



¿COMO LES FUE A LOS INVESTIGADORES EN EL EVENTO?

Los estudiantes participaron activamente con sus productos de investigación en el área e investigación propiamente dicha, no solo a nivel local sino en el ámbito internacional.

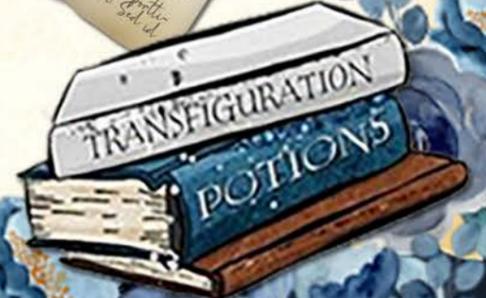
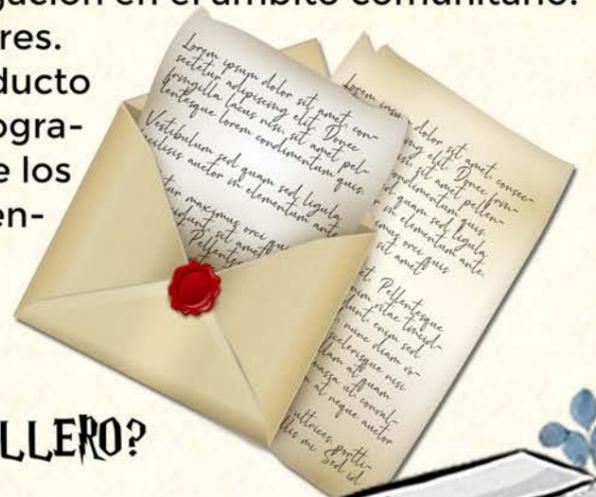
- 20 estudiantes en fase 1
- 2 en fase 2
- 3 en fase 3: Jhon montanez, Alejandra Jarfouche, Felipe Arambula.

QUE SE VIENE PARA EL SEMILLERO?

- Abrir un programa de investigación en el ámbito comunitario.
- 4to encuentro de investigadores.
- Lanzamiento de un libro, producto de los resultados de crear fotografía conceptual sobre la base de los imaginarios sociales de la violencia basada en género.

¿QUÉ HABILIDADES SE DESARROLLAN EN EL SEMILLERO?

- Habilidades y competencias de investigación.
- Mitología
- Epistemología



PROYECTOS

DE GRADO



LIBRO DE POCIONES

PROYECTO PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA EMPRESA ASOVICLAB

Cafeslab
café especial Labateca



Esteban Cerón

Tengo 22 años y nací el 23 de julio. Soy Leo, lo que se refleja en mis cualidades de liderazgo, buen sentido del humor y personalidad destacada. Disfruto de la música y de pasar tiempo a solas, considerándome ambivertido. Actualmente, curso el décimo semestre de Mercadeo y Publicidad y estoy próximo a graduarme. A lo largo de mis estudios, he descubierto un gran interés por el diseño, y me gustaría continuar mi formación en ese campo



Jenny Moreno

Tengo 22 años y me considero una persona alegre. Disfruto de la escritura, la música, los viajes y las nuevas aventuras. Actualmente, estoy finalizando el décimo semestre de Mercadeo y Publicidad. A lo largo de mis estudios, he descubierto habilidades que me han llevado a interesarme en una especialización en Relaciones Públicas en el futuro.

¿En qué se basaron para elegir este tema para su proyecto de grado?

El enfoque social para nuestro proyecto nos dió la necesidad de ayudar a esta población. Nos encontramos actualmente desarrollando un Plan Estratégico de Negocios para la Asociación de Víctimas del Conflicto Armado del municipio de Labateca Norte de Santander y hemos decidido basar nuestros esfuerzos en sus necesidades y aspiraciones.

¿Cómo se llama la empresa y qué significa?

La empresa se llama ASOVICLAB, que significa Asociación de Víctimas de Labateca.

¿Quiénes conforman ASOVICLAB?

ASOVICLAB está conformada por víctimas del conflicto armado.

Qué los motivó a investigar este tema en particular?

El trasfondo de la asociación es algo muy interesante que realmente nos llamó la atención, el poder aportar a comunidades vulnerables, dejar un granito de arena para la reestructuración de la empresa y la oportunidad de adquirir conocimientos de ellos.

¿Cómo se llama la marca de café de ASOVICLAB y desde cuándo están en operación?

La marca de café de ASOVICLAB se llama CAFESLAB y están en operación desde 2017.



¿Qué tipo de contribución esperan hacer con este proyecto?

Nuestro objetivo era crear un Plan Estratégico de Marketing integral que contribuya al crecimiento y la sostenibilidad de la asociación de café. Para lograrlo, creamos una serie de estrategias que abarcan desde la organización de la empresa, promoción del producto hasta el fortalecimiento de la marca y la creación de relaciones sólidas con los clientes y colaboradores.

¿Qué desafíos han enfrentado durante el proceso de investigación y cómo los han abordado?

Por el momento no hemos tendido ningún contratiempo u obstáculo que nos haya frenado nuestras actividades planeadas, lo único que nos atreveríamos a decir es el tiempo, ya que pasa muy rápido y a veces nos vemos cortos para llevar a cabo correctamente el desarrollo del trabajo.

¿Qué tipo de contribución esperan hacer con este proyecto?

A nivel del proyecto es que se cumplan los objetivos planteados y que no haya ningún tipo de contratiempo, a nivel de la asociación esperamos que sea de gran ayuda y que contemplen la idea de aplicar porque ese es el principal objetivo del plan de marketing.

Cómo creen que su proyecto de grado podría impactar en su campo de estudio o en la sociedad en general?

Puede usarse de guía para próximos proyectos similares, además que también aborda desafíos actuales, propuestas que pueden mejorar los procesos existentes en la asociación y podría abrir nuevas áreas de estudio que podrían tener un impacto positivo en la sociedad.

¿Qué metodología están utilizando para llevar a cabo su investigación?

La metodología de nuestra investigación está fundamentada en un enfoque mixto que combina técnicas cualitativas y cuantitativas, con el objetivo de obtener una comprensión holística y rigurosa de la situación actual de la Asociación ASOVICLAB.

PREPARACIÓN POCIONES



FOTOGRAFÍA CONCEPTUAL EN BASE DE IMAGINARIOS SOCIALES SOBRE LA VIOLENCIA SEXUAL

Valentina Ceballos



Dayana Daza



¿Cuál fue la motivación principal para abordar el tema de la violencia sexual a proyecto de grado?

Al buscar un tema para nuestro proyecto de grado, a través de semilleros de investigación el profesor Modesto Graterol nos comentó sobre este macroproyecto que él quería realizar y nos ofreció hacer parte de este, y al investigar un poco más al respecto me di cuenta que es tema muy importante y que tener la oportunidad de darle visibilidad o de alguna manera hacer eco de esta problemática como lo es la violencia sexual y

¿Cómo crees que su proyecto puede contribuir a generar conciencia y sensibilización sobre la violencia sexual en la sociedad?

Más allá de generar conciencia lo que se busca también con nuestro proyecto es poder darle visibilidad a las víctimas de este tipo de violencia, a través de distintos talleres distintas actividades con mujeres, y que podamos extraer los imaginarios sociales que ellas plasman en nuestra investigación, dándoles la oportunidad de tener un espacio seguro donde se puedan expresar.

¿Qué tipo de investigación realizaron previamente para comprender mejor los imaginarios sociales relacionados con la violencia sexual?

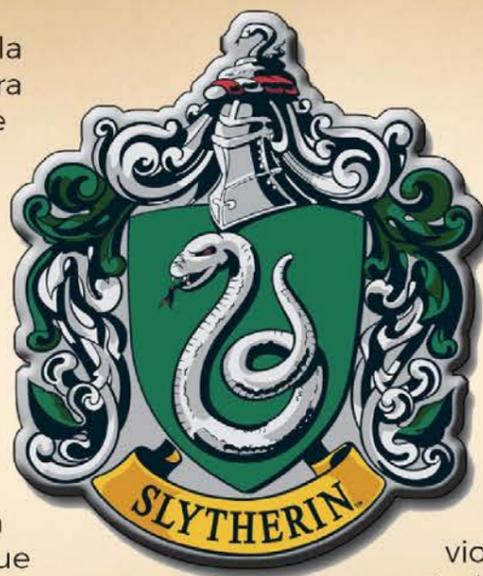
Para realizar un proyecto de grado es muy importante hacer una investigación amplia y empaparse de todos los temas relacionados, para que al momento de hacer el marco teórico la información sea la correcta y la necesaria, la biblioteca virtual de la universidad fue una gran herramienta para buscar artículos e información verificada.

Buscamos entender los imaginarios que luego estos fotografías. El escuchadas espacio las experiencias de mujeres y víctimas, y los sociales que tienen sobre este tipo de violencia, para puedan ser retratados y representados en mensaje que queremos dar es de que son y no están solas, que siempre hay un seguro donde pueden contar sus experiencias



¿cuál fué el mayor desafío realizando la investigación?

Diríamos más que todo el momento de la investigación, aplicar la metodología para poder realizar el taller de co-diseño de co-creación, pues era un reto crear un espacio donde las participantes se sintieran seguras, pues nosotras nos esforzamos mucho en planificar todas las fases que iba a tener el taller, pues hicimos que fuera un lugar solo de mujeres y donde no podían entrar hombres, por que las preguntas que les realizariamos eran muy importantes para la investigación, entonces el espacio debian estar bien de sonoridad, sentirse un aire de empatía, de apoyo entre ellas para que ellas pues pudieran tener la valentía de expresarse libremente y no sentir que las iban a juzgar o sentir presión social de alguna manera, entonces quizás lograr este taller fue un mayor desafío, pero tambien gracias a la investigación y las ayudas de la biblioteca de la base de datos de la universidad pues se hizo más fácil como planificarlo.



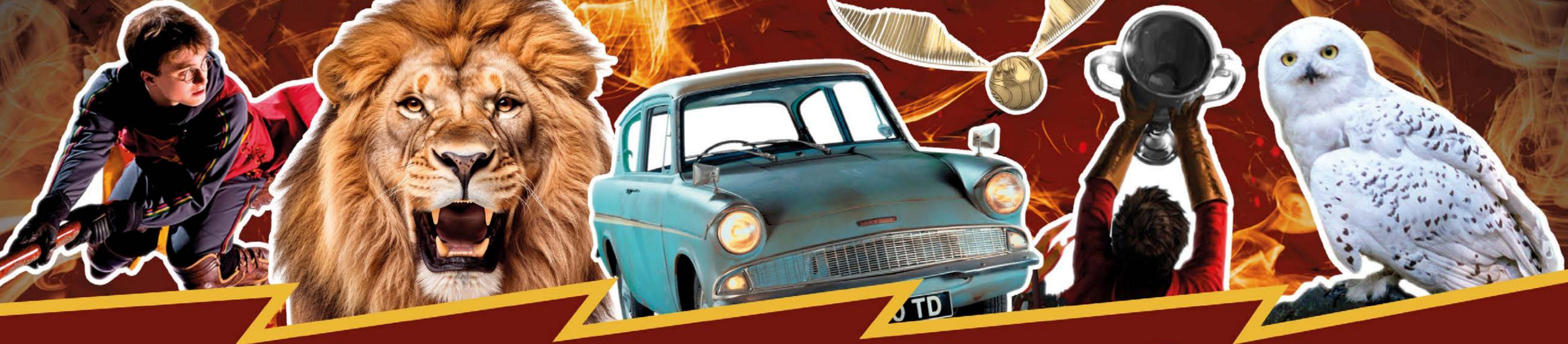
¿Cómo fue su experiencia recopilando la información?

No fue sencilla pero si podemos decir que gracias a las bases de datos de la universidad se facilito mucho conseguir la información, los antecedentes las bases teoricas y aprender a usar las herramientas que ofrece la universidad.

¿Con lo investigado desde su proyecto que consejo les dejas a las mujeres que sufren de violencia sexual?

Sabemos que es difícil hablar abiertamente cuando se ha sufrido de violencia sexual, ya sea física o psicológicamente, pero podemos decir que siempre habrá alguien que este dispuesto a escucharte y entenderte por lo que estas pasando. NO ESTAS SOLA, no es tu culpa, buscar ayuda es llenarse de valentía para salir de eso que ninguna mujer debería sentir, vivir o pasar.





PASANTÍAS





¿Cómo ha sido tu experiencia trabajando en equipo en Premium Sport para desarrollar campañas publicitarias?

Mi experiencia en Premium Sport desarrollando campañas publicitarias en equipo ha sido muy enriquecedora. Colaboré estrechamente con asesores de ventas, mi jefe Lady, y la dueña e hija de la marca, lo que me permitió entender profundamente el negocio y las necesidades de los clientes. Esta cooperación me dio una perspectiva integral sobre la marca y sus valores, crucial para crear campañas efectivas que aumentaron el reconocimiento de la marca y las ventas. En resumen, trabajar en equipo en Premium Sport fue gratificante y tuvo un impacto positivo tangible en la marca, mejorando su reconocimiento, incrementando las ventas y fortaleciendo las relaciones con los clientes.

¿Cómo crees que tus conocimientos en Mercadeo y Publicidad han contribuido a las estrategias de marketing de Premium Sport en el último año?

Mis conocimientos en mercadeo y publicidad han sido fundamentales para las estrategias de marketing de Premium Sport el último año. He participado en la creación y ejecución de campañas, como el Día de la Niñez y el Festival del Basar Bueno, involucrando a restaurantes locales y promoviendo la marca. También he mejorado la presencia en línea de la empresa con herramientas como Google Search Console y campañas en Google Ads, lo que ha incrementado las ventas y fortalecido la presencia de Premium Sport en el mercado.

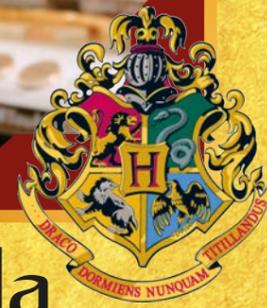
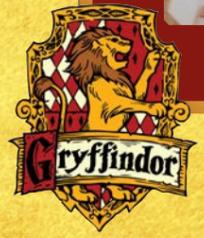


¿Qué herramientas o habilidades aprendidas en tu carrera has encontrado más útiles durante tus pasantías en Premium Sport?

Durante mis pasantías en Premium Sport, he podido aplicar una serie de herramientas y habilidades adquiridas durante mi carrera que han demostrado ser especialmente valiosas. En primer lugar, el análisis de datos y la investigación de mercados han sido aspectos fundamentales en mi trabajo. Utilizando plataformas como Google Trends y Google Ads Business Suite, he profundizado en la comprensión del mercado y he tomado decisiones informadas para el desarrollo de estrategias. Estas herramientas también han facilitado el análisis detallado del rendimiento de nuestras campañas publicitarias.

¿Qué proyectos específicos has liderado o colaborado en durante tus pasantías en Premium Sport?

Durante mis pasantías en Premium Sport, uno de los proyectos más significativos en los que lideré fue la organización del Festival del Bazar de Mamá en la calle 17. Este proyecto fue relevante por la participación de marcas reconocidas en la ciudad de Cúcuta, en una zona comercial clave como la Zona Rosa de Caobos. La diversidad de negocios, incluyendo restaurantes, licorerías, odontología y accesorios, proporcionó un contexto enriquecedor para el desarrollo del festival. Tuve la responsabilidad de crear toda la imagen de marca y el diseño visual del evento, lo cual fue una experiencia muy gratificante y enriquecedora para mí.



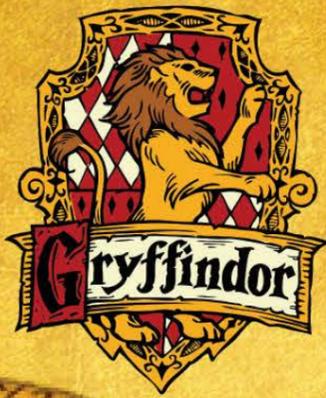
Maria Paula Perez Quitian



¿Cuál ha sido tu mayor desafío hasta ahora en Premium Sport y cómo lo has superado?

El mayor desafío en Premium Sport ha sido gestionar múltiples superiores con perspectivas divergentes. Esto exigía equilibrar sus expectativas y necesidades, comprendiendo y satisfaciendo los requerimientos individuales de cada uno mientras mantenía coherencia en las ideas y estrategias. Este reto requería habilidades de negociación y compromiso para alcanzar un consenso, asegurando una comunicación efectiva y la aceptación de las propuestas por todas las partes involucradas.





¿Has tenido la oportunidad de interactuar directamente con clientes o consumidores durante tus pasantías en Premium Sport? ¿Cómo ha sido esa experiencia?

He interactuado con clientes en varias ocasiones y soy muy abierto en ese aspecto. Cuando mis compañeros están ocupados y llega un cliente, los recibo con un cordial "Hola, buenas tardes, bienvenidos a Premium Sport, ¿en qué les puedo colaborar?" y los atiendo eficientemente, ya que conozco bien todos los productos de la tienda y la bodega. Esto me ha permitido desarrollarme en la atención al cliente. Además, encuentro esta experiencia gratificante porque me ayuda a superar la timidez y aprender a tratar a los clientes, ofreciéndoles recomendaciones adecuadas.

¿Qué lecciones has aprendido sobre gestión de marcas trabajando en Premium Sport que consideras valiosas para tu futura carrera?

Mi experiencia en Premium Sport ha sido una fuente invaluable de lecciones sobre gestión de marcas. He internalizado la importancia de mantener una imagen coherente y consistente, así como la necesidad de estar atento y responder ágilmente a las demandas de los clientes. Además, he aprendido a adaptarme con prontitud a los cambios del mercado, reconociendo que la flexibilidad es esencial para el éxito a largo plazo. Estas lecciones fundamentales han enriquecido mi comprensión de la dinámica empresarial y han fortalecido mi capacidad para enfrentar los desafíos con confianza y eficacia.

¿Cómo ha sido tu relación con el departamento en el que estás en Premium Sport y cómo has colaborado con ellos en tus proyectos?

Mi colaboración con el departamento de ventas en Premium Sport ha sido excepcionalmente estrecha y productiva. Juntos hemos participado en diversos proyectos, que abarcan desde el desarrollo de materiales de marketing hasta la organización de eventos promocionales, así como la identificación de oportunidades de negocio. Esta estrecha colaboración ha desempeñado un papel fundamental en el éxito de nuestros proyectos, demostrando la importancia de trabajar en equipo para alcanzar nuestros objetivos.

El marketing ya no se trata de las cosas que haces, sino de las historias que cuentas.

¿Qué estrategias de mercadeo digital has implementado o propuesto para Premium Sport durante tus pasantías?

Durante mi período de pasantías en Premium Sport, he llevado a cabo la implementación de diversas estrategias de marketing digital. Entre estas se incluyen campañas de email marketing, publicidad en redes sociales y optimización de motores de búsqueda. Asimismo, he presentado nuevas propuestas orientadas a mejorar la presencia en línea de la empresa y a incrementar la interacción con los clientes.



¿Cuál es tu opinión sobre la presencia de Premium Sport en las redes sociales y cómo crees que podría mejorarse?

Desde mi perspectiva, la presencia de Premium Sport en las redes sociales es sólida y fuerte, aunque siempre existe espacio para perfeccionarla. Considero que podríamos potenciar la interacción con nuestros seguidores, incrementar la frecuencia de nuestras publicaciones y diversificar el contenido para mantener el interés de nuestra audiencia en constante crecimiento.

Segmentados

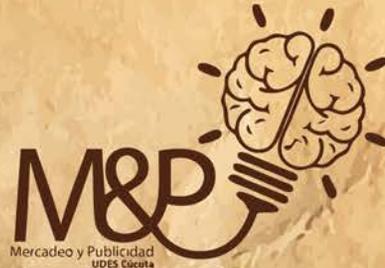
Boletín Investigativo



**Universidad
de Santander**

Personería Jur. 810 de 12/03/96 Min.Educación **UDES**

VIGILADA MINEDUCACIÓN



¡Un hechizo inevitable!

