



# LO MEJOR DEL AÑO

## ¿Qué es el boletín?

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.

Rectora Universidad de Santander UDES Cúcuta  
Carmen Elisa Araque Pérez

Coodinadora Mercadeo y Publicidad  
Ing. Amanda Becerra

Directora del boletín  
Edna Margarita Malagon Arenas

Material Interno Boletín  
Diseño De Páginas

Lopez Cardenas Ingrid Jullieth  
Lopez Pinzon Cristian Felipe  
Sierra Brenda Fabiana  
Moreno Navarro Diego Alejandro  
Parra Figueroa Hector Andres  
Valencia Vera Natalia Andrea

No te desesperes,  
muchas veces las mejores decisiones,  
tan solo SE ESCRIBEN...



UDES  
Cúcuta



**Universidad  
de Santander**  
UDES  
Personería Jur. 810 de 12/03/96 Min.Educación  
Resolución No. 6216 - 22/12/05 Min.Educación

Formando Líderes con visión global.



# Día de la Mujer

8 de Marzo



Docentes  
Investigadores

**A**ctualmente se está trabajando en investigaciones para empresas de la zona frontera de Cúcuta, con el fin de medir variables del mercadeo y de medios publicitarios y así dar soporte al diseño de planes de mejoramiento.

Junto con el grupo de estudiantes de la asignatura Investigación de mercados II, estamos realizando consultoría a las empresas: Celestial, empresa productora y comercializadora de ropa íntima; Traperos El Mejor, productora y comercializadora de traperos, Productos de aseo, Bolsas Plásticas y Cootransespeciales, empresas dedicadas al servicio de transporte escolar, familiar y especializado.

Empresas que han manifestado su interés por identificar la información que permita solucionar los problemas que les afectan económicamente.



**La Información se recolectará a través de diferentes medios y herramientas tecnológicas en línea.**

En cada una de las investigaciones se requiere realizar las siguientes fases: inicialmente, investigación exploratoria, con el desarrollo del prediagnóstico y diagnóstico, estudio de oferta y demanda, detectar situaciones críticas en cada una de las empresas, identificar variables, operacionalizar, medir y dar respuesta a los problemas detectados.

Mediante la utilización de investigación cualitativa o cuantitativa según el caso, se debe definir la población objeto previamente segmentada, determinar las muestras, efectuar las pruebas piloto por instrumento, realizar trabajo de campo, tabular información, detectar hallazgos básicos; interpretar datos y presentar informes finales.



Por otra parte, avanzamos en una investigación llamada "Impactos económicos, ambientales y sociales del cambio climático en el sector agropecuario del municipio Bochalema, departamento Norte de Santander" junto al Doctor Julio Cesar Carvajal del Grupo de Investigaciones CIEMPIES de la UDES; esta investigación tiene como objetivo evaluar impactos en el sector agropecuario en el municipio de Bochalema para la construcción de indicadores



**Omaira Mendoza  
Ferreira**



**"En lugar de dejar que tus dificultades y fracasos te desalienten, deja que te inspiren".  
(Michelle Obama)**

Presión, Estado, Respuesta (PER) que apoyen las decisiones de los organismos de desarrollo local y regional.

*El escenario a seleccionar para el estudio se caracteriza por ser una región biogeográfica de montaña con importancia económica, agrícola y turística para el Departamento. El abordaje metodológico se enmarcará dentro del enfoque mixto y contemplará 4 fases de recolección, sistematización y análisis de la información:*

**1)** Documental, con la revisión y análisis de bases de datos estadísticas, series climatológicas históricas, imágenes satelitales, censos, planes de desarrollo y estudios.

**2)** Trabajo de campo, con la aplicación de cuestionarios, entrevistas y observación a actores de los sectores productivos, ambientalistas y sociales; y visitas a zonas vulnerables afectadas por el cambio climático.

**3)** Construcción de indicadores PER económicos, ambientales y sociales a partir de la información sistematizada de las fases 1 y 2.

**4)** Validación en el sitio por los actores sociales en mesas de trabajo por cada sector relacionado.

La investigación generará un conjunto de indicadores PER contextualizados y validados por los actores sociales afectados por el cambio climático y será un insumo importante para apoyar las políticas de desarrollo municipal y regional para mitigar y adaptar el sector agropecuario al cambio climático.

*Este Proyecto esta en el proceso de recolección de información. Ya efectuaron 144 encuestas a las población de sectores rural del municipio de bochalema y se tabuló dicha información. Estamos en proceso de entrevistas de profundidad con los gremios competentes.*

**Omaira Mendoza Ferreira**

**José Caceres Caballero**

\* Estudio sobre la identificación del perfil del consumidor cucuteño también en alianza con la Cámara de Comercio de Cúcuta en el año 2014.

\* Estudio sobre las marcas registradas, en productos y/o servicios en la ciudad de Cúcuta dentro del marco del Programa Joven Investigador de COLCIENCIAS, en esta ocasión participó en calidad de tutor del proyecto en el año 2015.

\* Ponencias en evento de Jornadas internacionales de formación en la Universidad de Guanajuato de México en febrero de 2016, los temas tratados fueron "Mezcla de Mercadeo" y "Herramientas estratégicas".

\* Estudio titulado "Diseño de un modelo de medición de la competitividad de empresas del sector industrial de calzado y manufacturas de cuero del área metropolitana de Cúcuta", desde el año 2016 y actualmente en desarrollo.

\* Artículo publicado en la revista Desarrollo Gerencial de la Universidad Simón Bolívar de Barranquilla en Junio de 2017, el cual fue titulado "Marcas registradas, Tejido empresarial y competitividad del Norte de Santander".

Actualmente se desempeña como líder del Grupo CIMA, donde algunas de sus funciones es coordinar todas las actividades de investigación que se desarrollen en el programa de Mercadeo y Publicidad, trabajando conjuntamente con docentes como la Mg. Omaira Mendoza Ferreira, el Mg. Eduardo Villamizar Duarte y la Lic. Yari Villamizar Villamizar.

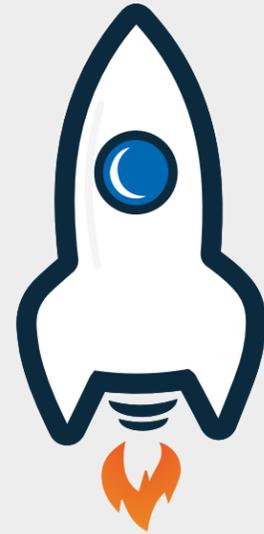
**N**uestro Docente Caceres es Administrador de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia; tiene una Maestría Gerencia de EmpresaS, Mención Industrial de la Universidad Nacional Experimental del Táchira.

*Esta vinculado con nuestra Universidad de Santander UDES - Campus Cúcuta desde el año 1996, él es docente investigador y líder del Grupo CIMA del programa de mercadeo y Publicidad.*

En esta ocasión haremos un breve recuento en su desempeño como investigador, quien ha desarrollado los siguientes Proyectos:

\* Estudio sobre la Informalidad Empresarial en la ciudad San José de Cúcuta en alianza con la Cámara de Comercio en el año 2013.





# inside

agencia de publicidad

MERCADEO Y PUBLICIDAD  
UDES - CÚCUTA

*¡Un espacio de  
oportunidades!*

**¡Amor y  
Amistad!**  
Septiembre





# Camilo Jacome

## ¿Porque decidió hacer la practica en Inside?

*Camilo nos contaba que la práctica lo hace sentir productivo ya que puede desarrollar mejor los talentos que el tiene y sus experiencias en el tema de la publicidad. Ya que así mismo coincide con una necesidad que tiene Inside (la agencia) que lleva su primer año de desarrollo, su propósito es aportar todo su talento que sirva a los objetivos de la agencia.*

Fue muy gratificante ya que el en su día a día desarrolla el mismo tipo de trabajo, el aportar ideas a la universidad y a la agencia, lo impulsa y lo hace sentir su sentido de pertenencia por la universidad. Para que así mismo los estudiantes de mercadeo y publicidad se motiven y también puedan desarrollar sus talentos en ella y tengan un acercamiento real con el mundo de la publicidad.

La intención es ayudar a que la agencia se mantenga y se diferencie en el mercado, es una experiencia que se lleva con mucha pasión.



## ¿Cual era el objetivo principal de su pasantía?

*El objetivo principal era el diseño de un plan promocional para la agencia de publicidad inside, adscrita al programa de mercadeo y publicidad de la Udes (Cúcuta).*

*Su propósito fue el de generar una estrategia que hiciera diferenciar esta agencia de todas las agencias de Cúcuta, recalcando que siempre esta avalada por el conocimiento, los talentos y los profesionales que la integra. Recalcaba que normalmente las agencias en Cúcuta se limitan a ofrecer servicios y los empresarios se dirigen a ellos ya con una necesidad clara, pero no les brindan ni asesorias, ni estrategias que puedan ayudar al cliente, cosa que si queremos hacer desde inside.*

En este caso la agencia se quiere diferenciar de las demás, ya que quiere ser mas "consultores". Lo que se quiere hacer es convocar a empresas pequeñas, donde se hace una mesa de trabajo, se escucha al empresario o emprendedor, se le recopila una información básica del marketing y contrastamos sus necesidades con lo que se determina en ese diagnóstico, y le damos una recomendación desde el punto profesional de la agencia.

De esa manera le mostramos al emprendedor que somos una agencia que sabemos resolver sus necesidades, y lo mostramos como un plan promocional para no ser invasivos con el inbound marketing, con campañas atl, marketing digital etc.



## ¿Cómo fue la experiencia?



**"Es para mi muy gratificante ser parte de un espacio creativo dentro de la universidad"**



**APRENDE SOBRE  
PRODUCCIÓN Y TELEVISIÓN**  
ESTUDIANDO MERCADEO Y PUBLICIDAD



**Universidad  
de Santander**  
UES

**PASANTIAS**

**HALLOWEEN**

**31 OCTUBRE**

# Ana Isabel Tello

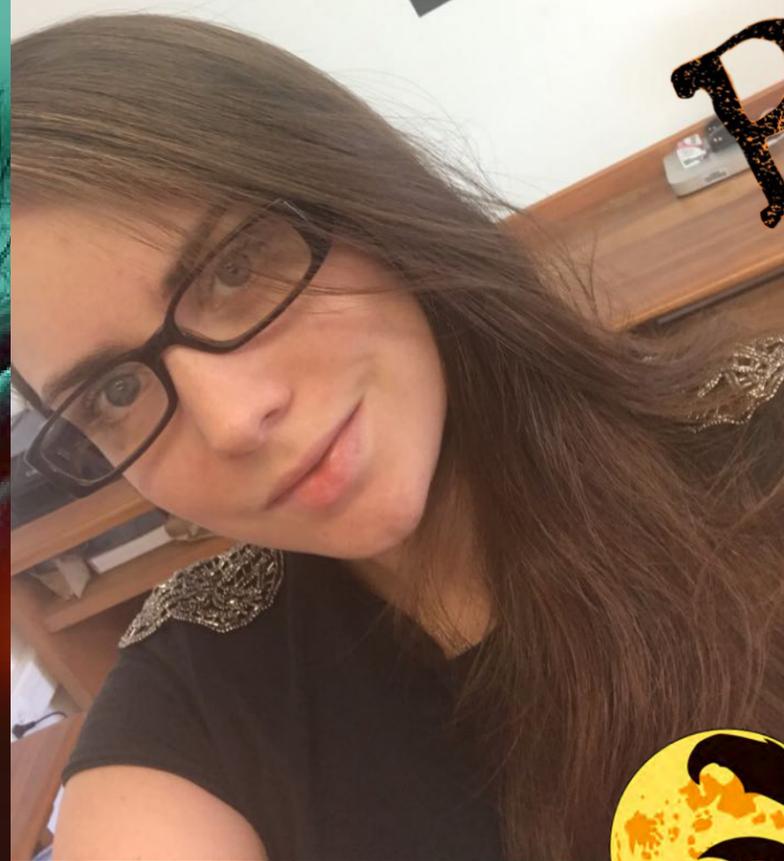
## UNA GRAN IDEA

# Boo!

### IMPLEMENTACIÓN DEL GEOMARKETING PARA ALIADOS ESTRATÉGICOS NACIONALES

“Consolidé la base de datos de la empresa, pero no de los clientes, sino de la competencia y los puntos de venta de Cerámica Italia a nivel Nacional, para especificar en dónde está ubicada la competencia, con el fin de orientar a una decisión sabia de apertura de nuevas sucursales para el próximo año.

Ha sido un proyecto extenso que requiere de tiempo, enfoque y compromiso, no es fácil iniciar un proyecto desde cero como este, pero ha sido la mejor experiencia de mi vida”.



Un paso adelante para nuestra educación  
“Exclamó Brenda Fabiana al conversar con Ana Isabel Tello” estudiante de Mercadeo y Publicidad en proceso de pasantías.



### ¿Por qué pasantías y no proyecto de grado?

“Yo investigué la temática de los proyectos que han realizado algunos estudiantes de mi área y me di cuenta que eran proyectos inconclusos de planeación de medios y de mercadeo que no se habían llevado a cabo, solo quedaban en papeles y ya! Yo aspiraba desde un principio iniciar mi experiencia laboral y aplicar todos los conocimientos que había aprendido durante 5 años”

### ¿Cómo lograste entrar a Cerámica Italia?

“Fue una sorpresa! Yo tenía planeado pasar la propuesta de pasantía a Centrales Eléctricas, porque mi Papá ha trabajado allá durante años.

Pero la Ingeniera Amanda me llamó y me dijo: Oye Anaisabel, hay una vacante para Cerámica Italia y tu cumples con los requerimientos, ¿Quieres aceptarlo? Obvio dije que si! Me presenté de inmediato y realicé dos entrevistas, una con mi actual Tutora y otra con el Gerente de Mercadeo de la Empresa.



### ¿Cuáles funciones desempeñaba?

1. Contactarme con los aliados estratégicos de Cerámica Italia.
2. Estar al tanto del Lanzamiento de la Nueva Colección.
3. Realicé un Focus Group.
4. Participé en varias reuniones de estrategia comercial.
5. Redacté comunicados internos de la empresa.
6. Estuve al tanto del control de ventas de productos específicos.
7. Realicé una Cuña Radial.
8. Participé en el desarrollo de un comercial.



# Jeniffer López

El gerente general de Ceimlab S.A.S, Rolando Corredor y la rectora de la Universidad de Santander sede Cúcuta, Carmen Elisa Araque, firmaron el 23 de febrero del presente año, un convenio de cooperación educativa promovido por la Coordinadora del programa académico de Mercadeo y Publicidad, Amanda Becerra, con el objetivo de desarrollar labores conjuntas entre ambas entidades, para promover la formación de los profesionales del programa, a través de la modalidad de pasantía empresarial. Ambas entidades han mostrado su satisfacción con la cooperación interinstitucional, motivo por

el que la empresa entiende que con la firma de este convenio ganan ambas partes.

***“La colaboración entre la universidad y la empresa” trae grandes beneficios.”***

Al validar las universidades sus conocimientos académicos desde la práctica y por su parte la empresa se beneficia, al complementar su modelo de operación con conocimientos y desarrollos

generados desde la academia, que aceleran y fortalecen los procesos de innovación y desarrollo



## ACCIONES Y APRENDIZAJE

En la pasantía, se desarrollaron actividades y acciones estratégicas, encaminadas, en un primer momento a conocer y diagnosticar, la gestión de la comunicación a nivel interno (funcionarios) y nivel externo (usuarios) de la IPS. Seguidamente, se apoyaron actividades encaminadas, a mejorar las falencias evidenciadas, apoyando la gestión de la comunicación organizacional, de la entidad, la cual no cuenta con un departamento de comunicación o mercadeo,



que se encargue de estas labores, gestionando actividades a nivel interno, con los funcionarios y algunas con los usuarios. De igual forma, se brindó apoyo, en la gestión de la página web institucional, y la creación de un canal de noticias, donde se consoliden, los eventos y novedades, más importantes de la entidad. Como principal aprendizaje, considero, que fue el poder tener la experiencia, de llevar a la práctica los conocimientos

aprendidos en la universidad: Una cosa es la perspectiva que tenemos desde el aula de clases y otra muy distinta la que adquirimos, al estar en el ámbito empresarial, lo cual es muy importante, para nuestra formación como futuros profesionales y sería muy bueno, que este tipo de experiencias, se pudieran tener, desde semestres anteriores, debido a que hoy en día, la educación, debe ser cada vez más práctica, para dotar, a los estudiantes, de mejores habilidades, que les permitan, ser profesionales integrales, en el campo de acción.



“

CREA  
TIVO

NO SE NACE

EN MERCADEO & PUBLICIDAD  
SE HACE”





*Semilleros  
Investigación  
Diciembre*

*Feliz Navidad*

# PROYECTO PLAN SEMILLA

El proyecto se encontraba en un estado muy inconcluso y sin un horizonte claro, sin embargo gracias a un desarrollo, aplicando lo aprendido en el semillero por parte de un miembro del semillero, esta idea tomó un nuevo rumbo. Desde el marketing uno de los aspectos más importantes a la hora de que un cliente adquiera un producto; es un empaque, y sí analizamos los empaques existentes en el mercado. Pocos, por decir ninguno, cumplen con un objetivo más allá de los básicos establecidos por nuestra profesión.

Por lo cual en el semillero decidimos enfocar el modelo del papel semilla ya existente en otros países como China, Chile o México, en una aplicación para empaque eco-amigables.



## C.E.R.O.T PAPEL

En el semestre A 2017, este parecía una mera idea de proyecto, por lo que durante este periodo B 2017, se decidió madurar esta idea de proyecto que puede tener un gran impacto en la universidad así como en la región, con el objetivo de reducir el consumo de papel por el uso de listas de asistencia en la universidad y reemplazarlas con un sistema tecnológico usando datafonos y un software de recolección de datos.

Durante este semestre el objetivo ha sido aumentar la base bibliográfica de este proyecto y obtener datos del impacto económico que tendrá la implementación de esta idea en la universidad.

# SEMILLERO DE LA INVESTIGACIÓN

Es la búsqueda continua de proyectos que contribuyan positivamente a la universidad y al mundo. Empezando a investigar las diferentes maneras de utilizar el marketing para contribuir con el medio ambiente generando una logística inversa. Es un grupo juvenil lleno de alegría, creatividad, espíritu explorador. Son los encargados de esa flota investigativa.



## PROYECTO DE LOGISTICA INVERSA PARA CONTRIBUIR CON EL MEDIO AMBIENTE

Son tres proyectos que se están ejecutando por el grupo de semilleros que cada día están en la búsqueda de perfeccionar estas investigaciones uniéndolas con el marketing para ayudar con el medio ambiente ya que la tala de arboles y el mal cuidado de la naturaleza esta acabando con la naturaleza y la capa de ozono.

Son dos investigaciones que tienen mas del 90% de probabilidad en la investigación son las mas importantes y aprobadas por la universidad en el momento que van en busqueda de mas beneficios para el medio ambiente.

Estos tres proyectos son:

- Papel semilla
- C.e.r.o.t papel
- Identificación de las prácticas, medio ambientales de los jóvenes universitarios de la ciudad de Cúcuta.



# PROYECTO DE IDENTIFICACIÓN DE LAS PRÁCTICAS MEDIO AMBIENTALES DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

Se basa en realizar una investigación de variables cuantitativas y cualitativas del nivel de conocimiento y aplicación de prácticas medioambientales en su diario vivir. Aspectos como litros de agua que consume, como maneja los diferentes desechos y residuos, si reusa, cíclica o reutiliza los recursos medio ambientales, tanto en sus hogares como en la institución educativa. Todo esto con el objetivo de realizar posteriormente, una campaña publicitaria de impacto y concientización sobre el uso de recursos. Todo esto usando técnicas del mercadeo y



publicidad para mejorar la calidad de vida y reducir los niveles de contaminación y destrucción del medio ambiente.

El medio ambiente es tan importante para el mundo y muchas personas ignoran los momentos donde causan contaminación.

Este proyecto va a concientizar y a generar cultura; botar la basura en una caneca y no en el piso o en la calle el uso inapropiado del agua entre otros.

**Se trata de poner en práctica en todo momento como:**

Cerrar la llave de agua cuando no tiene que mantenerse abierta sino utilizar lo necesario, no dejar los cargadores de celular conectados, reciclar entre otros.



## Experiencia

No es solo reunirse hablar de proyectos e investigaciones también es una familia unida llena de alegría, entusiasmo, unión donde todos aportan con su gracia interna. Viviendo los momentos de reunión de forma distinta compartiendo en grupo las experiencias que el semillero les depara con su coordinadora Omaira Mendoza, una profesora mercadóloga que hace que cada uno de los estudiantes viva esta experiencia de la mejor manera, enseñándoles el paso a paso de como llevar un proyecto que no solo beneficia a la universidad sino también al mundo. "Esos son los detalles que con llevan un gran proyecto"

*No es una experiencia aburrida vas a poder aprender experimentar y conocer, ven y disfruta de esta nueva experiencia.*





**Universidad  
de Santander**  
**UDES**

Personería Jur. 810 de 12/03/96 Min.Educación  
Resolución No. 6216 - 22/12/05 Min.Educación