

UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM  
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACION EN GERENCIA COMERCIAL
2	TÍTULO DEL PROYECTO	NIVEL DE ACEPTACION DE UNA BARBERIA CLÁSICA EN LA CIUDAD DE CUCUTA
3	AUTOR(es)	ANDRES AUGUSTO PEÑALOZA SOLANO YANETH SERRANO RINCON
4	AÑO Y MES	2013 DICIEMBRE
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	RICARDO ACEVEDO TRUJILLO
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	
7	PALABRAS CLAVES	
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	SERVICIOS
9	TIPO DE ESTUDIO	ESPECIALIZACION EN GERENCIA COMERCIAL
10	OBJETIVO GENERAL	Conocer la aceptación de una barbería clásica en la ciudad de Cúcuta para el segundo semestre de 2013
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Conocer las características del segmento objeto del estudio por rangos, edades, estrato socio- económico, gustos y preferencias Determinar la competencia directa e indirecta que existe en la ciudad Cúcuta. Diseñar el concepto del servicio de la barbería. Evaluar el concepto del servicio de barbería teniendo en cuenta los atributos presentados. Diseñar estrategias de mercado una vez conocidos los resultados de la investigación
12	RESUMEN GENERAL	Evaluar la viabilidad o aceptación de una barbería clásica en la ciudad de San José de Cúcuta
13	CONCLUSIONES.	Objetivo de mercadeo. Fidelización, satisfacción, retención y servicio: Dentro de lo que por observación directa se encontró y por cifras de la cámara de comercio de Cúcuta tal como se detalla en el marco conceptual podemos decir que en Cúcuta solo existen peluquerías o salas de belleza mixtas, a la que los hombres van especialmente para el cuidado del cabello y de las uñas, sin existir un lugar que además de prestar estos servicios sea solo para hombres y tenga asesoría especializada en cuidados masculinos, adicionalmente que tenga unas condiciones de higiene y seguridad en cuanto a la utilización de elementos que puedan estar contaminados, por estas razones no existe un lugar que pueda hacer competencia con servicios de exclusividad y a todo confort todo en el mismo lugar bajo el concepto del mejor negocio innovador como este que presentamos. Perfil del consumidor de la barbería de acuerdo a la investigación: El segmento objeto de estudio presenta características especiales, son hombres de reconocida moralidad comercial en la ciudad de Cúcuta, con edades entre 33 y 65 años especialmente empresarios independientes y ejecutivos de empresas reconocidas las cuales van desde negocios de gastronomía, comercio, industria y construcción e inmobiliario, estos hombres todos los días necesitan mostrar una buena imagen, cuidan su apariencia personal de forma integral incluso utilizando productos especiales para el cuidado del cabello y del rostro. Son adicionalmente caballeros que pertenecen a estratos IV, V y VI, que prefieren realizar estas actividades de cuidado personal solos, que les gusta cuidar especialmente el cabello y las uñas, les gusta que les corte su cabello preferiblemente un hombre, y actualmente utilizan lugares mixtos. Adicionalmente este segmento observa las noticias en tv, periódico local como la opinión y nacional como El Tiempo. Este grupo de hombres asisten al mismo club social de la ciudad donde participan en actividades sociales y deportivas, se reúnen especialmente a jugar golf, usan ropa y accesorios de marca, sus vehículos son de alta gama usando especialmente camioneta, pertenecen algunos gremios de la ciudad como Cámara de Comercio, federación de comerciantes entre otros, influyen en decisiones políticas de la ciudad, su estilo de vida es sofisticado y elegante, participan y son invitados a los eventos sociales importantes que se llevan a cabo en la ciudad, usan medicina prepagada y les preocupa su buen nombre. Teniendo en cuenta la opinión de los entrevistados se puede concluir que, una vez puesto en marcha, este negocio innovador en la ciudad tendrá aceptación en el segmento objetivo y por tanto generará rentabilidad a sus propietarios y bienestar y comodidad a sus clientes. Precio. Después de analizar los precios del sector y basados en el promedio se sugiere precios de paridad para entrar al mercado los cuales se podrán subir levemente en la medida que se posicione el servicio Plaza. Ubicar este negocio en un barrio céntrico de la ciudad como lo es barrio Caobos ubicado en el centro pero
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	JANY, José Nicolás. Investigación de mercados. Bogotá: Mac Graw Hill, 2005. 537p. SAMPIERI, Roberto. Metodología de la investigación. México: Mac Graw Hill, 1991. 496 p. MENDEZ Carlos. Metodología de la investigación. México: Mac Graw Hill. 2007. 538 p.