

## **UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER**

### **DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES Y EXTENSIÓN**

#### **PLAN BIENAL 2022 – 2023**

#### **Grupo de investigación adscrito al programa de Mercadeo**

**Autor:**

Sandra Yohanna González López  
Líder del Grupo de Investigación

**Dirigido a:**

Javier Mauricio Mendoza Paredes  
Director Administrativo de Investigaciones y Extensión

**Lugar y fecha de emisión:**

Bucaramanga, 30 de julio 2022

Derechos Reservados © 2022. Unidades Tecnológicas de Santander. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático, ni la impresión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los derechos de autor del propietario.

## **CONTENIDO**

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO .....	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.2. Misión .....	4
2.3. Visión.....	5
2.4. Objetivos estratégicos .....	5
2.5. Valores .....	6
2.6. Actividades .....	6
2.7. Integrantes .....	6
2.8. Líneas de investigación .....	7
2.9. Semilleros de investigación .....	8
2.10. Articulación de la investigación con la docencia y la extensión .....	11
3. EJES ESTRATEGICOS DEL PLAN BIENAL .....	12
4. REFERENCIAS .....	17

## **1. INTRODUCCIÓN**

Es necesario reconocer, que en el Proyecto Educativo Institucional (PEI), actual, se considera como un campo de acción estratégica a la investigación e innovación competitiva (UTS, 2022) para articular con la docencia y la extensión o proyección social, el cual permite ampliar el contexto de la aplicación de la investigación como un dinamizador del desarrollo empresarial.

Por lo tanto en este plan bienal, se consideran acciones y proyectos orientados a fortalecer el sector empresarial a partir de convenios realizados con la Cámara de Comercio de Bucaramanga, con el Súper Centro Comercial Acrópolis, que ha permitido el desarrollo de actividades que conllevan a la entrega de productos de investigación, asimismo se están realizando acercamientos para el la formalización de un convenio con Sanbazar y así estar involucrados con aspectos de interés ciudadano y del desarrollo económico local.

Por lo anterior, en este plan bienal, se pretende fortalecer el vínculo entre la academia y el sector productivo, a partir de convenios que permita que el grupo de investigación permee el que hacer comercial y deje huella en el desarrollo y mejoramiento económico de emprendedores que han apostado por el mejoramiento de sus negocios.

Por otra parte, se evidencia la articulación de las acciones con el semillero de investigación y su similar propósito al entregar herramientas que le permita al sector productivo ampliar su panorama estratégico en la ejecución y fortalecimiento de su organización.

Por lo tanto, los productos surgidos de este plan bienal, están relacionados con lo requerido por min ciencias para el fortalecimiento de la investigación en las Instituciones de educación superior.

## **2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO**

### **2.1. Antecedentes**

El Grupo de Investigación en Marketing GIMA, fue creado desde el año 2008, inicialmente se denominaba Grupo de Investigación en Mercadeo y Agroindustria GIMA, sin embargo al transcurrir el tiempo y los productos que de allí se construían se llegó a la conclusión de tener un grupo exclusivo para cada programa y en razón al tamaño del grupo y al peso de las investigaciones hasta el momento, fue el programa en mercadeo, quien se quedó con la denominación de GIMA, orientado a no perder su antigüedad. Esta formalización se dio en el año 2017, tal como se contempla en el acta N° xxx. Actualmente el grupo GIMA se encuentra categorizado en C, de acuerdo con la última convocatoria de MINCIENCIAS, con 7 investigadores reconocidos y clasificados.

Este grupo de investigación orienta su producción hacia el fortalecimiento de las empresas desde el mercadeo, así como también el fortalecimiento de prácticas pedagógicas orientadas por los docentes, teniendo en cuenta la base de valores institucionales relacionadas en el PEI a través del acuerdo 01-23 del 26 de agosto de 2020, donde se contempla la formación con sentido ético, la formación para el desarrollo del pensamiento crítico, la formación para el desarrollo de la actitud emprendedora, la formación para la transformación social, formación para la innovación y la formación para el desarrollo tecnológico.

Por lo tanto, los productos de investigación son resultado del esfuerzo tanto de estudiantes como de profesores y empresarios que se vinculan a ellos a través de consultorías empresariales, innovación en procesos y procedimientos, innovación en la gestión empresarial, participan estudiantes a través de sus proyectos de grado, quienes le dan el carácter investigativo a las soluciones empresariales.

Lo anterior amparado por las Unidades Tecnológicas de Santander, cuya sede principal se encuentra en la ciudad de Bucaramanga – Santander, con una trayectoria académica de 59 años al servicio de la población santandereana e indirectamente regional, siendo un escenario adecuado para fortalecer y certificar bajo la educación formal cientos de profesionales en su quehacer.

### **2.2. Misión**

El grupo de investigación GIMA de las Unidades Tecnológicas de Santander promueve la investigación a través del desarrollo y socialización del conocimiento en materia de buenas prácticas de Marketing, desarrollando estudios sectoriales a través de la formulación e

implementación de planes, programas y proyectos de reconocido impacto regional, para el desarrollo de la productividad y competitividad de la región

### **2.3. Visión**

Consolidar el Grupo de Investigación GIMA de las Unidades Tecnológicas de Santander en el 2030 como grupo de referencia reconocido por Colciencias, la comunidad universitaria y la comunidad de investigadores en general, en el ámbito local y regional por implementar planes, programas y proyectos en el área del Marketing de amplio impacto social y económico para la región

### **2.4. Objetivos estratégicos**

- Promover la investigación a través del desarrollo y socialización del conocimiento en materia de buenas prácticas de marketing, desarrollando estudios sectoriales a través de la formulación e implementación de planes, programas y proyectos de reconocido impacto regional, para el desarrollo de la productividad y competitividad de la región.
- Promover la formación académica de los integrantes del grupo a través del acceso a documentación, asesorías especializadas y la participación en eventos como ponencias, foros, conferencias, seminarios y demás relacionados con el área de interés.
- Establecer convenios con las instituciones generadores de información en Marketing a nivel local, nacional, que permitan una reciprocidad en el flujo de información y logre consolidar el grupo.
- Liderar la investigación formativa dentro de los programas de Tecnología en Mercadeo & Gestión Comercial y Mercadeo pertenecientes a la Facultad de Ciencias Socio-Económicas y Empresariales.
- Pertenecer al sistema de Ciencia y Tecnología para obtener reconocimiento de la comunidad académica.
- Dinamizar el desarrollo organizacional y empresarial de las MIPYMES en Santander, en el área de Marketing mediante la investigación, la formulación y la implementación de planes, programas y proyectos de alto impacto económico y

social con el objetivo de ayudar al mejoramiento de la productividad y de la competitividad.

- Evaluar la realidad empresarial de los sectores productivos más representativos de Santander para conocer sus áreas críticas de resultado, crecimiento y desarrollo.

## **2.5. Valores**

- Trabajo en equipo
- Responsabilidad.
- Sentido de pertenencia
- Ética
- Reconocimiento de la comunidad académica como personas humanas

## **2.6. Actividades**

El grupo de investigación GIMA, está orientado al desarrollo de las siguientes actividades:

- Participación en eventos de investigación, como ponencias, simposios, congresos y eventos que permitan la visibilidad de la institución y del grupo de investigación
- Dirección de proyectos de grado con temáticas que logren impactar al sector empresarial, con resultados aplicables a la realidad económica actual.
- Apoyo en la creación de empresas, como orientación a la consolidación económica de la región y al fortalecimiento del emprendimiento, con responsabilidad social y bajo métodos de sostenibilidad.
- Participación investigativa con otras universidades nacionales o internacionales con el fin de ampliar redes de investigación y conocimiento sobre la dinámica empresarial nacional o mundial.

## **2.7. Integrantes**

A continuación se indican los integrantes activos del grupo de acuerdo con la plataforma de MINCIENCIAS (MINCIENCIAS, 2022)

- Sandra Yohanna González López (líder del grupo) Investigador Asociado

- Gloria Imírida Dulcey Angarita, (docente tiempo completo) investigador asociado
- Gustavo Alberto Pachón Poveda, (docente tiempo completo) Investigador Junior
- José Danny Acacio Navarro (docente tiempo completo) Investigador Junior
- Cyril Castex (docente de planta, líder de semilleros) Investigador asociado
- Lina Peñaranda (docente tiempo completo) Investigador Asociado
- Edwin Alberto Pacheco Díaz (docente medio tiempo) Investigador Junior.

## 2.8. Líneas de investigación

Tabla 1 Líneas de investigación del grupo

Línea de investigación	Objetivo	Sub-líneas / Temáticas	Investigadores de la línea
Comportamiento del Consumidor	Realizar estudios de comportamiento del consumidor para los sectores formales e informales con el objetivo de permitir a los negocios adaptar sus estrategias de marketing mediante el conocimiento de las actitudes y motivaciones de los consumidores.	Comunicación y Consumo  Marketing Social  Metodología de Investigación en consumo.	Gloria Imírida Dulcey Angarita  Cyril Castex
Logística y Distribución	Plantear modelos y cadenas de distribución dirigido a las Mipymes del sector empresarial e industrial.	Desarrollo de Productos  Producción y Calidad  Gestión e Innovación Agroindustrial	Gloria Imírida Dulcey Angarita
Marketing Estratégico	Contribuir a la productividad y competitividad de las	Estudios de la Organización	José Danny Acacio Navarro

	MIPYMES en Santander a partir de estudios y modelos de intervención en temas de Marketing	Metodologías para el Marketing Estratégico  Dirección Estratégica	Edwin Alberto Pacheco Díaz  Gustavo Alberto Pachón Poveda  Sandra Yohanna González López  Cyril Castex
Emprendimiento e innovación	Fortalecer el perfil profesional, tanto del tecnólogo como del Universitario, ofreciendo herramientas técnicas para consolidar emprendimientos, apoyado de la unidad Institucional.	Modelos de Innovación  Gestión Estratégica de la Investigación y Desarrollo (I+D)  Competitividad, emprendimiento e innovación en las organizaciones	Edwin Alberto Pacheco Díaz  Sandra Yohanna González López  Lina Peñaranda
Pedagogía	Desarrollar procesos que contribuyan al mejoramiento curricular, al mejoramiento pedagógico en las aulas de clase, con el fin de encontrar y aplicar mejores prácticas para con la comunidad académica	Mejoramiento Curricular  Antecedentes y prospección de la disciplina  Nuevas metodologías o procesos de enseñanza y aprendizaje.	Gloria Imírida Ducley Angarita  Sandra Yohanna González López  Gustavo Alberto Pachón Poveda

## 2.9. Semilleros de investigación

El semillero de investigación de estudiantes, (Castex, 2022) se denomina SEI+MARK, fue creado en el segundo semestre de 2007 con puesta en marcha efectiva en el primer semestre de 2008. Actualmente está constituido por estudiantes de Tecnología en

Mercadeo & Gestión Comercial y de Profesional en Marketing y Negocios Internacionales de las Unidades Tecnológicas de Santander.

Se define como un espacio propicio donde los estudiantes involucrados se encuentran inmersos en el trabajo cotidiano de un docente investigador que actúa como tutor. Logran crear en conjunto una comunidad de aprendizaje alrededor de temas de investigación, creación de proyectos particulares enmarcados en proyectos marcos, del desarrollo de los mismos, de la socialización de los resultados ante la comunidad científica y por último, de la búsqueda de recursos económicos para mantener vigente la investigación.

### **Visión**

Para el 2025 el semillero estudiante SEI+MARK quiere ser reconocido como el líder regional de generación de ideas, conceptos y proyectos en áreas del Comportamiento del Consumidor con soluciones a la problemática empresarial y de las comunidades a nivel regional y nacional.

### **Misión**

Fomentar el espíritu investigativo, en espacios académicos donde interactúan estudiantes y docentes dinamizadores con el fin de afianzar metodologías y conceptos en investigación, que permitan llegar a desarrollar nuevos conocimientos en el área del Comportamiento del consumidor, aportando a la comunidad y al sector empresarial informaciones sobre este tema.

Dentro de los objetivos estratégicos que presenta el semillero se encuentran:

#### **Objetivo General 1**

Estudiar el comportamiento del consumidor de productos y servicios proporcionados por microempresarios del Clúster de la ciudad de Bucaramanga y del Departamento de Santander.

#### **Objetivo General 2**

Realizar estudios relacionados con asesoría en Marketing Estratégico para las microempresas del Clúster de la ciudad de Bucaramanga y del Departamento de Santander.

### **Objetivo General 3**

Realizar estudios de calidad del servicio al cliente de las empresas del Departamento de Santander

### **Específicos**

- Realizar una revisión de literatura sistemática (Todos los objetivos generales)
- Conocer las opiniones de los consumidores mediante una investigación de mercados descriptiva con el fin de explicar cuáles variables tienen influencia en el Comportamiento de estos consumidores así que las costumbres, patrones de conducta y motivaciones (Objetivo general 1 y 3)
- Proporcionar apoyo a las microempresas del Clúster de la ciudad de Bucaramanga y del Departamento de Santander mediante Planes y Auditorias de Marketing (Objetivo general 2)
- Analizar los datos obtenidos y convertirlos en informaciones útiles para conocer las tendencias de consumo (Objetivo general 1)
- Analizar los datos obtenidos y convertirlos en informaciones útiles para las microempresas del Clúster de la ciudad de Bucaramanga y del Departamento de Santander (Objetivo general 2)
- Conocer las opiniones de los consumidores mediante una investigación de mercados descriptiva con el fin de conocer sus opiniones a nivel de la calidad del servicio al cliente (Objetivo general 3)
- Analizar los datos obtenidos y convertirlos en informaciones útiles para mejorar la calidad del servicio al cliente de las empresas (Objetivo general 3)
- Escribir 2 artículos de investigación para ponencia y publicación en revista indexada

## **2.10. Articulación de la investigación con la docencia y la extensión**

Dentro de la articulación entre los tres ejes, se debe primero reconocer que en el Proyecto Educativo Institucional se definen como funciones misionales o sustantiva y por lo tanto no se deben desarrollar de manera independiente, desde el aula de clase se pueden lograr resultados de investigación, desde la extensión (intervención a la comunidad) también y desde la misma investigación se pueden afectar los otros dos ejes misionales.

En razón con lo anterior, se pretende desarrollar:

- Propuestas curriculares a la oficina de desarrollo académico y a los programas.
- Semillero de Investigación.
- Propuestas de proyectos de pregrado, que sirvan como insumo a proyectos de investigación.
- Capacitaciones a docentes o estudiantes, mediante cursos electivos.

### 3. EJES ESTRATEGICOS DEL PLAN BIENAL

El Grupo de Investigación en Marketing GIMA, busca fortalecer los lazos académicos y empresariales, buscar entregar herramientas al sector empresarial a partir de convenios que permitan indagar y fortalecer vacíos estructurales dentro de su comercialización, al involucrar temas de marketing

Por lo anteriormente planteado y en respuesta al cumplimiento de los procesos investigativos en concordancia con la docencia y la extensión, se presentan los siguientes ejes estratégicos:

Tabla 2 Ejes estratégicos del grupo para el plan bienal

Eje estratégico	Objetivo estratégico	Metas	Cumplimiento		Responsable	Recursos disponibles
			2022	2023		
Líneas de investigación	Promover la investigación a través del desarrollo y socialización del conocimiento en materia de buenas prácticas de marketing, desarrollando estudios sectoriales a través de la formulación e	Desarrollar proyectos de grado en todas sus modalidades, de acuerdo al reglamento, para el fortalecimiento del sector empresarial	Febrero de 2022	Noviembre de 2023	Es una actividad en donde todos los integrantes del grupo responden con sus direcciones de proyectos.	Tiempo de los docentes en la dirección de proyectos.
		Formular proyectos enfocados en el sector productivo y que estén	Febrero de 2022	Noviembre de 2023	Líder del grupo y los docentes que integren la línea y	De acuerdo con los recursos de la DIE y de acuerdo con la distribución de

	implementación de planes, programas y proyectos de reconocido impacto regional, para el desarrollo de la productividad y competitividad de la región.	vinculados con las diferentes líneas de investigación			quien formule el proyecto	carga misional para investigación dentro de los planes de trabajo (FDC 54)
		Formular proyectos de grado orientados a la construcción teórica de los diferentes sectores empresariales que se intervendrán.	Febrero de 2022	Noviembre de 2023	Líder del grupo y los docentes que integren la línea y quien formule el proyecto	De acuerdo con los recursos de la DIE y de acuerdo con la distribución de carga misional para investigación dentro de los planes de trabajo (FDC 54)
<b>Articulación de la investigación con la docencia y extensión</b>	Dinamizar el desarrollo organizacional y empresarial de las MIPYMES en Santander, en el área de Marketing mediante la investigación, la formulación y la implementación de planes, programas	Emplear los resultados de investigación en las aulas de clase, como ejemplo y vínculo con las temáticas planteadas en los planes de curso.	Febrero de 2022	Noviembre de 2023	Líder del grupo y los docentes que integren la línea y quien formule el proyecto	De acuerdo con los recursos de la DIE y de acuerdo con la distribución de carga misional para investigación dentro de los planes de trabajo (FDC 54)
		Capacitar a personas del sector productivo en	Febrero de 2022	Noviembre de 2023	Líder del grupo y los docentes que integren la línea y	De acuerdo con los recursos de la DIE y de acuerdo con la

	y proyectos de alto impacto económico y social con el objetivo de ayudar al mejoramiento de la productividad y de la competitividad.	temas de marketing, que ayuden al fortalecimiento de la competitividad empresarial			quien formule el proyecto	distribución de carga misional para investigación dentro de los planes de trabajo (FDC 54)
		Participación del grupo en mesas sectoriales, gremios o asociaciones que permita la permeabilización de la academia en el sector productivo.	Febrero de 2022	Noviembre de 2023	Líder del grupo y los docentes que integren la línea y quien formule el proyecto	De acuerdo con los recursos de la DIE y de acuerdo con la distribución de carga misional para investigación dentro de los planes de trabajo (FDC 54)
<b>Divulgación de la producción científica</b>	Pertenecer al sistema de Ciencia y Tecnología para obtener reconocimiento de la comunidad académica	Participar en eventos que permitan la divulgación de los resultados de la investigación.	Febrero de 2022	Noviembre de 2023	Líder del grupo y los docentes que integren la línea y quien formule el proyecto	De acuerdo con los recursos de la DIE y de acuerdo con la distribución de carga misional para investigación dentro de los planes de trabajo (FDC 54)

		Entregar informes a las agremiaciones o instituciones que hagan convenio con el grupo de investigación o el programa como resultado del proceso	Febrero de 2022	Noviembre de 2023	Líder del grupo y los docentes que integren la línea y quien formule el proyecto	De acuerdo con los recursos de la DIE y de acuerdo con la distribución de carga misional para investigación dentro de los planes de trabajo (FDC 54)
		Divulgar los resultados en el aula de clase como elemento soporte del desarrollo de las clases.	Febrero de 2022	Noviembre de 2023	Líder del grupo y los docentes que integren la línea y quien formule el proyecto	De acuerdo con los recursos de la DIE y de acuerdo con la distribución de carga misional para investigación dentro de los planes de trabajo (FDC 54)
<b>Desarrollo de alianzas y convenios para la investigación</b>	Evaluar la realidad empresarial de los sectores productivos más representativos de Santander para conocer sus áreas críticas de	Formalizar por lo menos un convenio que involucre al sector productivo con la academia con el fin de brindar soluciones	Febrero de 2022	Noviembre de 2023	Líder del grupo y los docentes que integren la línea y quien formule el proyecto	De acuerdo con los recursos de la DIE y de acuerdo con la distribución de carga misional para investigación dentro de los

	resultado, crecimiento desarrollo	y	soportadas en la investigación				planes de trabajo (FDC 54)
--	---	---	-----------------------------------	--	--	--	-------------------------------

#### **4. REFERENCIAS**

Castex, C. (2022). *Plan semillero de investigación*. Bucaramanga: UTS.

MINCIENCIAS. Investigadores del grupo GIMA, (18 de 10 de 2022).  
[https://scienti.minciencias.gov.co/gruplac/welcome/login\\_success.do](https://scienti.minciencias.gov.co/gruplac/welcome/login_success.do). Obtenido de  
[https://scienti.minciencias.gov.co/gruplac/welcome/login\\_success.do](https://scienti.minciencias.gov.co/gruplac/welcome/login_success.do):

UTS, C. A. (18 de 10 de 2022). *www.uts.edu.co. Proyecto Educativo Institucional*.  
Obtenido de [www.uts.edu.co](http://www.uts.edu.co) : <https://www.uts.edu.co/sitio/wp-content/uploads/normatividad/acuerdos/PEI.pdf?t=1600881384>