

Facultad de ciencias socioeconómicas y empresariales
<b>Programa Académico:</b> Marketing y Negocios Internacionales por ciclos propedéuticos
<b>Nombre del Semillero:</b> SEI+MARK
<b>Grupo de Investigación:</b> GIMA
<b>Temática(s) o Línea(s) de Investigación:</b> Comportamiento del Consumidor, Marketing estratégico, Emprendimiento e Innovación
<b>Misión</b>  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.
<b>Visión</b>  Para el 2020 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.
<b>Objetivo General 1</b>  Estudiar el comportamiento del consumidor de productos y servicios proporcionados por microempresarios del Clúster de la ciudad de Bucaramanga y del Departamento de Santander.
<b>Objetivo General 2</b>  Realizar estudios relacionados con asesoría en Marketing Estratégico para las microempresas del Clúster de la ciudad de Bucaramanga y del Departamento de Santander.
<b>Objetivo general 3</b>  Realizar estudios de mentalidad emprendedora a los estudiantes y docentes de las Unidades Tecnológicas de Santander
<b>Objetivos Específicos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar una revisión de literatura sistemática</li><li>• 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)</li><li>• 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)</li></ul>

- 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)
- Escribir dos artículos de investigación para ponencia y publicación en revista indexada

### **Estrategias de Trabajo**

- Revisión de literatura enfocando la búsqueda a las bases de datos SCIELO y el motor de búsqueda Google Académico y entrega de síntesis
- Determinación de la muestra que representa la población objetiva
- Redacción de una encuesta
- Aplicación de la encuesta al público objetivo
- Realización de un taller para clasificar tabulaciones, tratar y analizar los datos con el objetivo de obtener informaciones valiosas para cada pregunta de la encuesta
- Realización de dos borradores de artículo, socialización y discusión

Nombre del Dinamizador

Cyril Castex

Identificación

C.E. 341.723

Nivel de Formación Académica

Magister en Marketing

Teléfono

301.694.52.98

Email

[cgerard@correo.uts.edu.co](mailto:cgerard@correo.uts.edu.co)

### **Principales Proyectos de Investigación en los cuales trabaja el semillero actualmente:**

Instrumentos para la sostenibilidad de emprendimientos de desarrollo tecnológico e innovación social

Auditoria de marketing aplicadas a las microempresas del sector turístico del Departamento de Santander

TÍTULO DE LOS PROYECTOS SEMILLERO	MODALIDAD PROYECTO	CAMPO DEL SABER (Marque con una x )	
<b>Proyecto 1</b>  Instrumentos para la sostenibilidad de emprendimientos de desarrollo tecnológico e innovación social	Virtual	Ciencias de la salud y del deporte	
		Ciencias exactas y de la tierra.	
		Ciencias Humanas	
		Ingenierías	
		Lingüística, letras y artes.	
		Ciencias sociales.	X
<b>Proyecto 2</b>  Estudio del comportamiento del consumidor de productos turísticos ofertados por microempresarios del Departamento de Santander	Virtual	Ciencias Agrarias.	
		Ciencias biológicas.	
<b>Proyecto 3</b>  Auditoria de marketing aplicadas a las microempresas del sector turístico del Departamento de Santander	Virtual		
<b>Proyecto 4</b>  Impacto de un concurso de robótica en los estudiantes de las Unidades Tecnológicas de Santander.	Virtual		
<b>Proyecto 5</b>  Estudio del comportamiento del consumidor de joyas ofertadas por microempresarios del Departamento de Santander.	Presencial y virtual		
<b>Proyecto 6</b>  Estudio del comportamiento del consumidor de productos de joyería producidos y distribuidos por microempresarios de la ciudad de Bucaramanga.	Presencial y virtual		

<p><b>Proyecto 7</b></p> <p>Auditoría de marketing aplicada a las microempresas del sector joyero de la ciudad de Bucaramanga</p>	<p>Presencial y virtual</p>		
<p><b>Proyecto 8</b></p> <p>Estudio diagnóstico de la cultura Uteista a nivel del cuidado del medio ambiente y de la gestión de desechos</p>	<p>Presencial y virtual</p>		
<p><b>Proyecto 9</b></p> <p>Diagnóstico del potencial de comercialización del ecoturismo en el departamento de Santander</p>	<p>Presencial y virtual</p>		
<p><b>Proyecto 10</b></p> <p>Estudio del comportamiento del consumidor de calzado, productos de cuero y marroquinería producidos y distribuidos por microempresarios de la ciudad de Bucaramanga</p>	<p>Presencial y virtual</p>		
<p><b>Proyecto 11</b></p> <p>Auditoría de marketing aplicada a las microempresas del sector cuero, calzado y marroquinería de la ciudad de Bucaramanga</p>	<p>Presencial y virtual</p>		
<p><b>Proyecto 12</b></p> <p>Estudio del comportamiento del consumidor de medios de transportes informales de la población de Bucaramanga</p>	<p>Presencial y virtual</p>		
<p><b>Proyecto 13</b></p> <p>Estudio del comportamiento del consumidor de comida rápida</p>	<p>Presencial y virtual</p>		

<p>informal de la población universitaria de Bucaramanga</p> <p><b>TÍTULO DE PROYECTOS MARCO</b></p> <p><b>Proyecto marco 1</b></p> <p>Metodología de formulación y desarrollo de un modelo de gestión en marketing estratégico para las microempresas del sector cuero, calzado, marroquinería, joyería y turismo que posibilite el mejoramiento de la competitividad empresarial que llevara a la satisfacción y a la fidelización de los clientes en el Departamento de Santander</p> <p><b>Proyecto marco 2</b></p> <p>Evaluación de los impactos ambientales y económicos asociados al cuidado del medio ambiente y al consumo de energía en las UTS</p> <p><b>Proyecto marco 3</b></p> <p>Estudio del comportamiento del consumidor de negocios informales en la ciudad de Bucaramanga</p> <p><b>Proyecto marco 4</b></p> <p>Robótica MUTS Challenge 2016</p>			
<p><b>Publicaciones</b> (Sólo relacione las publicaciones de los estudiantes de llegar a existir)</p> <p><b>Título:</b> Estudio del comportamiento de los usuarios de medios de transporte informal en la ciudad de Bucaramanga</p> <p><b>Autores:</b> Tania Fernanda Olarte Jiménez, Ana María Carvajal García, Olga Cecilia Villamizar Silva, Cyril Castex</p> <p><b>Revista:</b> Ensayos 8</p>			

**Año:** 2015

**Indexación:** Ninguna

**Título:** Environmental culture and solid waste disposal at Unidades Tecnológicas de Santander students' perception, Bucaramanga, Colombia

**Autores:** Cyril Castex, Andrés Mauricio Ruiz Ochoa, Silvia Juliana Mojica Prada, Viviana Andrea Velasco Duran

**Revista:** International Journal of ChemTech Research

**Año:** 2017

**Indexación:** B