



INFORME DE FORMACIÓN EN INVESTIGACIÓN

Autores:

Cyril Castex
Administrador de empresas
Magister en Marketing.

Dirigido a:

Carlos Lizardo Corzo Ruíz
Jefe de la Dirección de Investigaciones
Unidades Tecnológicas de Santander

Lugar y fecha de emisión:

Bucaramanga, 30 de Junio de 2017

Identificación INF_SEI+MARK 1-2017

TABLA DE CONTENIDO

1. SEMILLERO SEI+MARK	4
1.1 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	4
1.2 LOGO DEL SEMILLERO	5
1.3 PROYECTOS DEL SEMILLERO Y EVENTOS PARTICIPADOS.....	5
1.4 PROYECTOS PROPUESTOS Y EVENTOS A PARTICIPAR.....	7
1.5 PRESUPUESTO DE GASTOS PARA LA SOCIALIZACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS PROYECTOS REALIZADOS POR EL SEMILLERO PARA EL AÑO 2017.....	8
1.6 INFORMACIÓN ORGANIZACIONAL DEL SEMILLERO	8
1.6.1 Misión.....	8
1.6.2 Visión.....	8
1.6.3 Objetivos	8
1.6.3.1 Objetivo general 1	8
1.6.3.2 Objetivo general 2	9
1.6.3.3 Objetivos específicos.....	9
2. ACTIVIDADES I SEMESTRE 2016.....	9
2.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PLANTEADO	9
2.2 REUNIONES DE GRUPO	121
2.3 ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA REALIZADAS	131
2.3.1 Utilización de los semilleros de investigación como fuente para la generación de proyectos de grado.	131
2.4 ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA POR REALIZAR	131
2.5 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS	142
2.5.1 Estudio del comportamiento del consumidor de joyas producidas y distribuidas por las microempresarios de la ciudad de Bucaramanga.....	12
2.5.2 Impacto de un concurso de robótica recreativa en los estudiantes de las Unidades Tecnológicas de Santander.....	12
2.6 ACTIVIDADES REALIZADAS CON RESPECTO A CONVENIOS.....	143

2.7 PROYECTOS DE AULA	143
2.7.1 Asignatura investigación de mercados cualitativa	13
2.7.1.1 Principios del trabajo	13
2.7.1.2 Grupo A061	14
2.7.1.3 Grupo E061	15
2.7.1.4 Grupo E062	15

1. SEMILLERO SEI+MARK

El semillero de Investigación SEI+MARK fue creado bajo acta N° 001 -2006 del 04 de SEPTIEMBRE de 2007, convocada por la Coordinación del programa Tecnología EN Mercadeo perteneciente a la facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales.

El semillero de Investigación 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.

Toca precisar que de 2007 hasta 2014, este semillero ha sido activo pero no se generó ningún tipo de producto científico lo que dio como resultado una falta de compromiso con los estudiantes y un trabajo sin visión.

A partir del primer semestre de 2014, se reformaron las líneas de investigación de GIMA lo que permitió enmarcar ejes estratégicos dentro de SEI+MARK con una exigencia mínima sistemática: la escritura de un artículo de investigación por cada semestre de trabajo.

Hoy día se superó este objetivo con 11 artículos científicos escritos, 1 publicación en revista no indexada y 14 ponencias que incluyen 4 con memorias.

1.1 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- Comportamiento del consumidor.
- Logística y distribución.
- Marketing estratégico.

1.2 LOGO DEL SEMILLERO



1.3 PROYECTOS DEL SEMILLERO Y EVENTOS PARTICIPADOS

Tabla 1: Proyectos del semillero y eventos participados

Año	Proyectos Finalizados	Eventos de Participación
2007	Ninguno	Ninguno
2008	Ninguno	Ninguno
2010	Ninguno	Ninguno
2011-I	Programación neurolingüística	Ninguno
2011-II	Canales de comunicación	Ninguno
2012	Ninguno	Ninguno
2013-I	Situación de desplazamiento en Colombia	Ninguno
2013-II	Estrategias de comercialización Clúster	Ninguno
2014-I	Estudio del Comportamiento del Consumidor de comida rápida informal de la población universitaria de Bucaramanga	<p>2014-II</p> <ul style="list-style-type: none"> - Primer Encuentro de Experiencias Exitosas SENA y RED COLSI https://www.dropbox.com/home?preview=SENA.zip - Séptimo Congreso Argentino de Ingeniería Industrial - Universidad Tecnológica Nacional https://www.dropbox.com/home?preview=COINI.zip - Primer encuentro nacional e internacional de investigación, innovación y extensión Innóvate – UDES https://www.dropbox.com/home?preview=UDES.zip

		<p>- Primer Congreso Internacional de investigación y responsabilidad social UNIMINUTO https://www.dropbox.com/home?previews=UNIMINUTO.zip</p>
2014-II	Estudio del comportamiento de los usuarios de medios de transportes informales de la población de Bucaramanga	<p>2015-II</p> <p>Foro de Administración - Universidad Nacional de Colombia, Sede Manizales https://www.dropbox.com/home?previews=Ponencia+UNAL.zip</p>
2015-I	Estudio del comportamiento del consumidor de calzado, productos de cuero y marroquinería producidos y distribuidos por microempresarios de la ciudad de Bucaramanga.	<p>2015-II</p> <p>- Segundo Congreso Internacional de Investigación y Psicología UNIMINUTO https://www.dropbox.com/home?previews=Ponencia+Uniminuto+2015-II.zip</p> <p>2016-I</p> <p>XII Encuentro departamental de semilleros de investigación-RedColsi https://www.dropbox.com/home?previews=Red+Colsi+SEI%2BMARK+2016-I.zip</p> <p>2016-II</p> <p>XIX Encuentro Nacional y XIII internacional de Semilleros Nodo Santander & RedColsi (En espera de certificación) https://www.dropbox.com/home?previews=Poster+PDF.pdf</p>
2015-II	- Auditoría de marketing aplicada a las microempresas del sector cuero, calzado y marroquinería de la ciudad de Bucaramanga	<p>2017-I</p> <p>Enviado a la revista Escuela de Administración EAN. Estado: Rechazado</p>

	<p>- Diagnóstico del potencial de comercialización del ecoturismo en el departamento de Santander</p>	<p>https://www.dropbox.com/home?preview=Revista+Escuela+de+administraci%C3%B3n+EAN.zip</p>
<p>2016-I</p>	<p>- Estudio del comportamiento del consumidor de joyas producidas y distribuidas por las microempresarios de la ciudad de Bucaramanga https://www.dropbox.com/home?preview=Comportamiento+Consumidor+Joyer%C3%ADa.docx</p> <p>- Estudio diagnóstico de la cultura Utesita a nivel del cuidado del medio ambiente y de la gestión de desechos. https://www.dropbox.com/home?preview=Cultura+medio+ambiente.docx</p>	<p>2017-I</p> <p>Enviado a International journal of ChemTech Research. Estatuto: Recibido https://www.dropbox.com/home?preview=Revista+international+journal+of+ChemTech+Research.zip</p>
<p>2016-II</p>	<p>Impacto de un concurso de robótica recreativa en los estudiantes de las Unidades Tecnológicas de Santander https://www.dropbox.com/home?preview=Articulo+rob%C3%B3tica+recreativa.docx</p>	<p>2016-II</p> <p>- Primer Encuentro Regional de Semilleros de Investigación UDI (en espera del código ISBN) https://www.dropbox.com/home?preview=Ponencia+UDI.zip</p> <p>- Primer Encuentro de robótica MUTS Challenge https://es.calameo.com/read/005010797ae7575902cfb</p> <p>2017-I</p> <p>- Enviado a la revista CINTEX de la Institución universitaria Pascual Bravo para publicación</p>

		https://www.dropbox.com/home?preview=Revista+CINTEX.zip
2016-II	Auditoría de marketing aplicada a las microempresas del sector de joyería de la ciudad de Bucaramanga. https://www.dropbox.com/home/Proyecto%20joyer%C3%ADa%202016?preview=Auditoria+Marketing+Joyeria.docx	Ninguno
2016-II	Estudio de las necesidades urbanas de los residentes del barrio real de minas en Bucaramanga https://www.dropbox.com/home?preview=Articulo+urbanismo.docx	2017-I Enviado a la revista Cuadernos de urbanismo y vivienda de la Universidad Javeriana de Bogotá para publicación. Estatuto: Recibido https://www.dropbox.com/home?preview=Cuadernos+de+Vivienda+%26+Urbanismo.zip
2017-I	Estudio del comportamiento del consumidor de productos turísticos ofertados por microempresarios del Departamento de Santander https://www.dropbox.com/home?preview=Articulo+turismo.docx	XII Encuentro departamental de semilleros de investigación - RedColsi. Clasificación para el XX Encuentro Nacional y XIV Encuentro Internacional de semilleros de Investigación - RedColsi. http://www.uts.edu.co/portal/seccion.php?id=2851&key=07c512bbe545e05d009d7eb06a3c5d88

1.4 PROYECTOS PROPUESTOS Y EVENTOS A PARTICIPAR

Proyectos Propuestos	Eventos a Participar
Estudio de mercado para determinar el grado de ejecución de herramientas de marketing en las microempresas del sector joyero de la ciudad de Bucaramanga y de los factores que están limitando el desarrollo de estas mismas	II Congreso internacional CIANI https://www.dropbox.com/home?preview=Congreso+CIANI.zip

Medición de la cultura emprendedora e innovadora de la comunidad académica de las UTS	Encuentro tecnológico y de innovación UTS
---	---

Fuente: Elaboración propia

1.5 PRESUPUESTO DE GASTOS PARA LA SOCIALIZACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LOS PROYECTOS REALIZADOS POR EL SEMILLERO PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2017

Presupuesto global: \$6.000.000

- Ponencias: \$3.000.000
- Envío a revistas y publicaciones: \$3.000.000

1.6 INFORMACIÓN ORGANIZACIONAL DEL SEMILLERO

1.6.1 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.

1.6.2 VISIÓN

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.

1.6.3 OBJETIVOS

1.6.3.1 OBJETIVO GENERAL 1

Estudiar del comportamiento del consumidor y/o usuarios de la ciudad de Bucaramanga a nivel comercial y social

1.6.3.2 OBJETIVO GENERAL 2

Realizar auditorías de marketing aplicadas a las microempresas del sector calzado, cuero y marroquinería (2015), joyería (2016), Turismo (2017), confección y prendas de vestir (2018) y alimentos y bebidas (2019) de la ciudad de Bucaramanga.

1.6.3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una revisión de literatura sistemática
- Conocer las opiniones de los consumidores y/o usuarios 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)
- 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)
- Escribir dos artículos de investigación por semestre para ponencia y publicación en revista indexada

2. ACTIVIDADES I SEMESTRE 2017

A continuación se relacionan las actividades del semillero SEI+MARK, durante el segundo semestre de 2017.

2.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PLANTEADO

El cronograma a continuación describe las actividades programadas del grupo

Proyecto: Estudio del comportamiento del consumidor de productos turísticos ofertados por microempresarios del Departamento de Santander (Artículo terminado): <https://www.dropbox.com/home?preview=Articulo+turismo.docx>

Tabla 2: Cronograma de actividades SEI+MARK 2017-I

Nº	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	Responsable	Periodicidad	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
1	16 de febrero (8:15-09:45 am): Presentación tema del semestre: Estudio del comportamiento del consumidor de productos turísticos proporcionados por microempresarios del Departamento de Santander. Instrucciones para revisión de artículos de revistas indizadas de acuerdo a la temática. Para el 7 de marzo entregar un Listado con 20 artículos actualizados y pertinentes	Cyril Castex	Reunión semanal o bi-semanal según las actividades a desarrollar					
2	02 de marzo (8:15-09:45 am): Entrega y síntesis de artículos de revistas indizadas de acuerdo a la temática. Instrucciones para redactar las preguntas de la encuesta. Para el 16 de marzo entregar propuestas de preguntas.	Cyril Castex	Reunión semanal o bi-semanal según las actividades a desarrollar					
3	16 de marzo (8:15-09:45 am): Redacción final de la encuesta. Planeación de la realización del trabajo de campo. Planeación de la realización del trabajo de campo	Cyril Castex	Reunión semanal o bi-semanal según las actividades a desarrollar					

4	16 de marzo - 20 de abril: Realización de encuestas, entrevistas con su organización	Cyril Castex	Reunión semanal o bi- semanal según las actividades a desarrollar																
5	20 de abril (8:15-09:45 am): Entrega de las tabulaciones, clasificación de las tabulaciones, tratamiento de datos con el objetivo de obtener informaciones valiosas para cada pregunta de la encuesta, planeación de análisis cuantitativa y cualitativa de cada pregunta.	Cyril Castex	Reunión semanal o bi- semanal según las actividades a desarrollar																
6	04 de mayo (8:15-09:45 am): Entrega del análisis cuantitativo y cualitativo, elaboración de propuesta de artículo con los datos anteriores	Cyril Castex	Reunión semanal o bi- semanal según las actividades a desarrollar																
7	18 de mayo (8:15-09:45 am): Socialización del artículo para someter a discusión	Cyril Castex	Reunión semanal o bi- semanal según las actividades a desarrollar																
8	22 de junio (Virtual): Recopilación de trabajo final con definición de medio para publicar	Cyril Castex	Reunión semanal o bi- semanal según las actividades a desarrollar																
<p>Actividades que se consideran transversales</p> <p>Actividades que contemplan un tiempo de duración para su ejecución</p>																			

Fuente: Elaboración propia

2.2 REUNIONES DE GRUPO

Las reuniones del grupo se realizaron virtualmente a través de mensajes de correos electrónicos y WhatsApp

Para mayores detalles y evidencias, ver la carpeta <https://www.dropbox.com/home?preview=Actas+Turismo+2017-I.zip>

2.3 ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA REALIZADAS

2.3.1 UTILIZACIÓN DE LOS SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN COMO FUENTE PARA LA GENERACIÓN DE PROYECTOS DE GRADO.

A pesar de los artículos escritos donde los estudiantes son coautores, los proyectos sirven de modalidad de grado (3 estudiantes por proyectos) con los siguientes beneficios:

- Un acta especial de semilleros se substituye al formato R-DC-91 (Plantilla de propuesta de grado)
- El formato R-DC-96 tiene contenido especial relacionado con el artículo escrito
- No se necesita sustentación puesto con los estudiantes participan a ponencias regionales y nacionales

2.4 ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA POR REALIZAR

- Fortalecer el reglamento y las políticas de los semilleros de investigación, liderados y acompañados por la Dirección de Investigaciones.
- Organizar y definir los proyectos de investigación asociados al Banco de ideas de proyectos institucionales para que en lo posible sean desarrollados por estudiantes vinculados al semillero.
- Seguir motivando a la participación de los estudiantes de los semilleros en Congresos, Seminarios, o eventos académicos relacionados con sus líneas de Investigación.
- Seguir promoviendo apoyos interinstitucionales con el fin de fortalecer la gestión e investigación en torno a la solución de problemáticas regionales.

2.5 PARTICIPACIÓN EN EVENTOS

2.5.1 Estudio del comportamiento del consumidor de productos turísticos ofertados por microempresarios del Departamento de Santander: Presentación de una ponencia de proyecto en curso

XII Encuentro departamental de semilleros de investigación - RedColsi. Clasificación para el XX Encuentro Nacional y XIV Encuentro Internacional de semilleros de Investigación - RedColsi. Ponente: Brian JeanPierre Velasco Herrera <http://www.uts.edu.co/portal/seccion.php?id=2851&key=07c512bbe545e05d009d7eb06a3c5d88>

2.6 ACTIVIDADES REALIZADAS CON RESPECTO A CONVENIOS

En el marco del convenio vigente entre las Unidades Tecnológicas de Santander y la Universidad de Caen Basse-Normandie se realizó el proyecto de *Diseño urbano de desarrollo tecnológico en la Ciudadela Real de Minas, mediante la creación de un laboratorio urbano*. Del 15 al 18 de noviembre de 2016 se realizó una visita institucional con trabajo de campo de una delegación del Instituto Universitario de Tecnología de Alencon compuesta del profesor Jerome Legrix-Pages y de los estudiantes Camille Merbakia, Alice Pasquet, Margaux Noel, Pauline Le Ver y Quentin Yvet. El resultado de este trabajo se vio reflejado en un artículo de investigación, cuyo título es: *Estudio de las necesidades urbanas de los residentes del barrio real de minas en Bucaramanga*. Ha sido enviado a la revista Cuadernos de urbanismo y vivienda de la Universidad Javeriana de Bogotá para publicación. <https://www.dropbox.com/home?preview=Cuadernos+de+Vivienda+%26+Urbanismo.zip>

2.7 PROYECTOS DE AULA 2017-I

2.7.1 ASIGNATURA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS CUALITATIVA <https://www.dropbox.com/home?preview=Investigacion+de+mercados+cualitativa.zip>

2.7.1.1 PRINCIPIOS DEL TRABAJO

El plan de asignatura de Investigación de Mercados Cualitativa especifica lo siguiente: “Al terminar la asignatura los estudiantes estarán en capacidad de: Conocer la investigación de mercados cualitativa en el contexto del marketing y la Gestión comercial para el **desarrollo y mejoramiento de las organizaciones**”. Este objetivo de formación implica que todos los estudiantes de la asignatura sepan realizar una investigación de Mercados Cualitativa de su inicio hasta su fin, siguiendo el siguiente plan:

- 1- Portada
- 2- Tabla de contenido
- 3- Lista de figuras
- 4- Lista de tablas
- 5- Lista de Anexos
- 6- Introducción
- 7- Análisis de la situación
- 8- Planteamiento del problema
- 9- Objetivo general
- 10-Objetivos específicos
- 11- Metodología
- 12- Justificación
- 13- Análisis & discusión de los resultados
- 14- Conclusiones
- 15- Recomendaciones
- 16- Anexos
- 17- Bibliografía

2.7.1.2 GRUPO D061

- Estudio de la calidad del servicio al cliente del almacén Arturo Calle Cabecera en la Ciudad de Bucaramanga en el año 2017
- Estudio de Aceptación de Creación de una Tienda de Bicicletas y Accesorios "BICIMANIA" en el Parque de los Niños de la Ciudad de Bucaramanga en el año 2017
- Estudio Comportamiento del Consumidor del Restaurante Casalins, Bucaramanga, año 2017
- Estudio de aceptación de un Spa para Hombres en la ciudad de Bucaramanga, año 2017

2.7.1.3 GRUPO D062

- Estudio del comportamiento del consumidor de comida rápida informal en la Calle de los estudiantes, Bucaramanga, 2017
- Estudio de la calidad del servicio al cliente del almacén Éxito La Rosita en la Ciudad de Bucaramanga en el año 2017
- Estudio de las condiciones carcelarias y oportunidades de reinserción para la población masculina de la cárcel modelo de Bucaramanga, año 2017
- Estudio de la calidad del servicio al cliente del restaurante Mc Donald's San Pio, Bucaramanga, 2017

2.7.1.4 GRUPO E061

- Estudio de la calidad del servicio al cliente de la empresa Coopenessa, Bucaramanga, 2017
- Estudio de la calidad del servicio al cliente del Dispensario de Medicamentos de la Clínica FOSCAL, Área Metropolitana de Bucaramanga, 2017
- Estudio de de la calidad de servicio al cliente de los almacenes Éxito vecinos en Bucaramanga en el 2017.

2.7.2 ASIGNATURA PLAN DE MARKETING

<https://www.dropbox.com/home?preview=Plan+de+marketing.zip>

2.7.2.1 PRINCIPIOS DEL TRABAJO

De acuerdo con el plan de asignatura, el objetivo de formación es: “Proponer estrategias utilizando los conceptos del Marketing Mix mediante el desarrollo de un Plan de marketing que le permita a las organizaciones ser competitivas en el mercado y solucionar los problemas de comercialización de productos”. Eso implica que todos los estudiantes de la asignatura sepan realizar un Plan de Marketing de su inicio hasta su fin, siguiendo el siguiente plan:

- 1- Portada
- 2- Lista de Figuras (Si es necesario)
- 3- Lista de Tablas (Si es necesario)
- 4- Lista de Anexos (Si es necesario)
- 5- Introducción
- 6- Diagnóstico de la empresa
- 7- Objetivos del Plan de Marketing
- 8- Estrategias por aplicar
- 9- Mecanismos de control
- 10- Conclusiones & Recomendaciones
- 11- Bibliografía

2.7.1.2 GRUPO B062

- Plan de marketing para los almacenes Arturo Calle, Área metropolitana de Bucaramanga, año 2017
- Plan de marketing para los almacenes Éxito de la ciudad de Bucaramanga, año 2017
- Plan de marketing para los almacenes Jumbo de la ciudad de Bucaramanga, año 2017

2.7.1.3 GRUPO E061

- Plan de marketing para la agencia de viajes Horizontes LTDA, Bucaramanga, año 2017
- Plan de marketing para la empresa Asoprodelicias de la ciudad de Bucaramanga, año 2017
- Diseño de un plan de marketing para el posicionamiento de la empresa Café Águila Roja, Bucaramanga, año 2017
- Plan de marketing para la empresa de materiales EMO de la ciudad de Bucaramanga, año 2017
- Plan de marketing para la ferretería Al Día de la ciudad de Bucaramanga, año 2017
- Plan de marketing para los almacenes Forever 21, Área metropolitana de Bucaramanga, año 2017
- Plan de marketing para el grupo Viste de la ciudad de Bucaramanga, año 2017
- Plan de marketing para la empresa Unidrogas de la ciudad de Bucaramanga, año 2017

